

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE PAZARLAMA
ANABİLİM DALI**

**BİSİKLET FESTİVALLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE OLAN
EKONOMİK KATKISI: TÜRKİYE'DEKİ BİSİKLET
FESTİVALLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gülcan ÖZYAZICI

Balıkesir, 2018

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE PAZARLAMA
ANABİLİM DALI**

**BİSİKLET FESTİVALLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE OLAN
EKONOMİK KATKISI: TÜRKİYE'DEKİ BİSİKLET
FESTİVALLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gülcan ÖZYAZICI

Tez Danışmanı

Doç. Dr. İsmet KAYA

Balıkesir, 2018

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı'nda 201612555007 numaralı Gülcan ÖZYAZICI 'nın hazırladığı "Bisiklet Festivallerinin Turizm Sektörüne Olan Ekonomik Katkısı: Türkiye'deki Bisiklet Festivalleri Üzerine Bir Çalışma" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 30.07.2018 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.


Başkan

Doç. Dr. İsmet KAYA

(Danışman)



Dr. Öğr. Üyesi Volkan ÖZBEK



Doç. Dr. Ümit ALNIAÇIK

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

15.08./2018

Enstitü Onayı

Doç. Dr. Bayram SAHİN

ÖNSÖZ

Bisiklet kullanımının amaçları günümüz koşullarına göre farklılaşmış olup bisikletin önemi gün geçtikçe artmaya başlamıştır. Spor ve ulaşım amaçlı kullanılan bisikletin önemi bisiklet etkinliklerine de yansımıştır. Bisiklet etkinlikleri kişilerin grup şeklinde faaliyet yapmasını ve yeni insanlarla tanışmasına sağlayıp yeni deneyimler kazandıran bir etkinlik türüdür. Bu özelliklerinin yanı sıra bisiklet festivallerinin bir bölgeye ekonomik getirisi araştırmaya değer niteliktedir.

Bu çalışmada, dünyada ve Türkiye’de yapılan bisiklet etkinlikleri incelenmiş ve bu etkinliklerin ekonomik değeri üzerine yapılan çalışmalar araştırılmıştır. Aynı zamanda 2017 yılında Türkiye genelinde düzenlenen 27 bisiklet festivaline ilişkin bilgilere ulaşılmış ve bu festivaller bölgelere ve düzenlendiği aylara göre sınıflandırılarak incelenmiştir. Böylece bisiklet ve bisiklet etkinliklerinin Türkiye’de de bir yeri olduğu, ancak bisiklet etkinliklerinin ekonomiye, çevreye ve sağlığa olan faydaları açısından hak ettiği noktada olmadığı görülmüştür.

Çalışma konuma Bisiklet Festivallerine ilişkin bir kitap yazma fikriyle beni motive eden ve akademik hayatın içerisinde kendimi bulmamı sağlayan, bana pozitif düşünmeyi öğreten değerli hocam Doktor Öğretim Üyesi Sabriye Çelik UĞUZ’ a ve aynı kitap içerisinde akademik teorilerle beni analiz kısmında bilgi sahibi eden çalışmamın her aşamasında destek ve bilgisini benden esirgemeyen değerli hocam Doktor Öğretim Üyesi Volkan ÖZBEK’ e teşekkürlerim sonsuzdur.

Araştırma sürecinde görüş ve bilgilerine başvurduğum değerli hocam Doç. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN’ a destek ve ilgisinden dolayı çok teşekkür ederim. Yine aynı süreç içerisinde desteğini ve fikirlerini benden esirgemeyen değerli hocam Doç.Dr. Ferhat TOPBAŞ’ a teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim boyunca üzerimde emeği olan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Mehmet Emin AKKILIÇ' a ve danışmanım Doç. Dr. İsmet KAYA' ya teşekkür etmeyi borç bilirim.

Hayatımın her anında yanımda olan maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen bana inanıp güven aşıl原因 ANNEM ve BABAM' a sevgim ve teşekkürüm sonsuzdur. Aynı şekilde ikinci küçük ailem dediğim desteklerini benden esirgemeyen ablam Gülşah ARSLAN ve eniştem Ali Rıza ARSLAN' a sonsuz teşekkür ederim.

Bu stresli süreçte yanımda olan Harun ATAMAN'a, Abdi YENER'e ve BOZDAĞ ailesine çok teşekkür ederim.

Gülcan ÖZYAZICI

2018, Balıkesir

ÖZET

BİSİKLET FESTİVALLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE OLAN EKONOMİK KATKISI: TÜRKİYE'DEKİ BİSİKLET FESTİVALLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

ÖZYAZICI, Gülcan

Yüksek Lisans, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. İsmet KAYA

2018, 121 Sayfa

Bu çalışma, turizm kapsamında alternatif turizm çeşitlerinden biri olan bisiklet turizmi üzerine gerçekleştirilmiştir. Gerek doğaya karşı olan duyarlılığı gerekse ekonomiye olan katkısı ile son 50 yılda bisiklet turizmine dünyada önem verilmesine rağmen, Türkiye’de bu kavram henüz çok yenidir. Coğrafyası bu kavramın getirdiği etkinliklere uygun olan Türkiye’de, bisiklet ile ilgili altyapı ve üstyapı çalışmalarının tamamlanması önemlidir. Bu bağlamda çalışma Türkiye’nin bisiklet potansiyeli ve bisiklet etkinliklerinin ortaya çıkartılmasına öncülük etmiştir. Bu araştırmanın asıl amacı Türkiye’deki Bisiklet Festivallerine katılan bireylerin festival süresince yaptığı harcama miktarını ortaya koymaktır. Bu rakamlar, uluslararası alan yazında başka ülkeler üzerinde yapılan pek çok çalışmada açıkça verilmektedir. Ancak Türkiye’de incelenen kaynaklarda bisiklet festivallerinin harcama verilerine ulaşılamamıştır. Bu amaçla Türkiye’deki alan yazında önemli bir eksikliğin giderileceği düşünülmektedir. Araştırmada ayrıca harcama eğilimlerinin kişilik özelliklerine göre değişip değişmediği de incelenmiştir. Araştırmanın saha çalışması 24-26 Mart 2018 tarihleri arasında düzenlenen Çanakkale Bisiklet Festivalinin katılımcıları üzerinde yürütülmüştür. Festivale katılan 3500 kişi arasından güdümlü örnekleme yöntemiyle belirlenen 291 kişi üzerinde bir çalışma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, harcamaların sırasıyla konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek ve diğer hizmetlerde olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bisiklet, Bisiklet Turizmi, Bisiklet Etkinliği, Bisiklet Festivali, Beş Faktör Kişilik Modeli

ABSTRACT

THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF CYCLING FESTIVALS ON TOURISM SECTOR: A STUDY ON CYCLE FESTIVALS IN TURKEY

ÖZYAZICI, Gülcan

**Master, Department of International Trade and Marketing
Thesis Adviser: Assoc. Prof. İsmet KAYA**

2018, 122 pages

This study was carried out on cycle tourism which is one of the alternative tourism types within the scope of tourism. Both the sensitivity to nature and contribution to the economy of bicycle tourism has become important in recent years. Cycling tourism is very new concept in Turkey however it has given importance in the world for last 50 years. Turkey's geography is suitable for events brought this concept and Turkey can compete with other countries after the completion of infrastructure and superstructure works on the bike. In this context, this work led the discovery of bicycle potential and cycling activity of Turkey. The main purpose of this research is to determine the amount of expenditures made during the festival of individuals participating in the bike festivals in Turkey. These amounts are clearly given in many studies on other countries in international literature. However, data on expenditure could not be reached in the bike festivals in Turkey. For this purpose, it is considered that significant deficiency eliminated in Turkey. The survey also examined whether expenditure trends changed according to personality traits. The fieldwork of the research was carried out on the participants of the Çanakkale Bicycle Festival held between 24-26 March 2018. A study was conducted on 291 people determined by guided sampling method among the 3500 participants who participated in the festival. The survey results show that expenditures are made in accommodation, transportation, food-beverage and other services, respectively.

Keywords: Cycling, Cycling Tourism, Cycling Activity, Cycling Festival, Five Factor Personality Model

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR	xiv
1.GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	3
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Varsayımlar	4
1.5. Sınırlılıklar.....	4
1.6. Tanımlar	4
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN	7
2.1. Destinasyon ve Festivaller.....	7
2.1.1. Destinasyon	7
2.1.1.1. Destinasyon Özellikleri.....	8
2.1.1.2. Destinasyon Çeşitleri	9
2.1.1.3. Destinasyon Çekim Unsurları	10
2.1.1.4. Destinasyon Çekim unsuru olarak etkinlik	12
2.1.2. Festivaller.....	15
2.2. Bisiklet kavramı ve tarihsel gelişimi	17
2.2.1. Dünyada bisikletin tarihçesi	17
2.2.2. Türkiye’de bisikletin tarihçesi	20
2.3. Bisiklet kullanımının amaçları	22

2.4. Bisiklet Kullanımının Faydaları.....	23
2.4.1. Bisikletin Ekonomik Faydaları ve İstihdam Üzerine Etkisi	23
2.4.2. Bisikletin Çevresel Faydaları.....	25
2.4.3. Bisikletin Sağlığa Faydaları	25
2.5. Ülkelerin Bisiklet Kullanımı	26
2.6. Bisiklet Turizmi Kavramı ve Gelişim Süreci.....	30
2.6.1. Bisiklet Turizminin Gelişmesini Sağlayan Temel Unsurlar	33
2.6.2. Bisiklet Turizminin Geliştirilmesi ile İlgili Çalışmalar	35
2.6.3. Bisiklet Turizminin Çeşitleri	36
2.6.4. Bisiklet Turizmi Uygulamaları.....	37
2.6.4.1. Dünyada Bisiklet Turizmi	37
2.6.4.2. Avrupa’da Bisiklet Turizmi	38
2.6.4.3. Türkiye’de Bisiklet Turizmi Potansiyeli.....	40
2.6.5. Bisiklet Turizminin Ekonomik Değeri	43
2.7. Bisiklet Turisti Kavramı.....	46
2.7.1. Bisiklet Turistlerinin Özellikleri	47
2.7.2. Bisiklet Turistinin Profili ve Bölgelere Ekonomik Katkısı	48
2.8. Bisiklet Etkinliklerinin Düzenlendiği Bölgelere Ekonomik Katkısı.....	52
2.8.1. Bisiklet Turları	53
2.8.2. Bisiklet Festivalleri	54
2.8.3. Bisiklet Yarışları.....	62
2.8.4. Bisiklet Etkinliklerinin Ekonomik Katkıları.....	66
2.9. Bisiklet Festivallerine Katılan Bisiklet Turistlerinin Kişilik Özellikleri	72
2.9.1. Kişilik Kavramı	72
2.9.2. Beş Faktör Kişilik Modeli	73
3. YÖNTEM.....	77
3.1. Araştırmanın Değişkenleri ve Hipotezleri.....	77
3.2. Araştırmanın Teorik Modeli.....	79
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	80
3.4. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri	81

3.5. Verilerin Analizi.....	82
4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI.....	83
4.1. Araştırmaya Katılan Cevaplayıcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	83
4.2. Keşifsel Faktör Analizi.....	92
4.3. Güvenilirlik Analizi.....	94
4.4. Araştırmanın Ana Değişkenlerine İlişkin İstatistikler	96
4.5. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi.....	97
4.5.1. Araştırmanın Farklılık Hipotezleri	97
4.5.2. Araştırmanın Etki Hipotezleri	101
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	103
5.1. Sonuçlar	103
5.2. Öneriler.....	106
KAYNAKÇA	109
EK - 1: ANKET FORMU	121

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Bazı Ülkelerde Bisiklet ile Kat Edilen Günlük Ortalama Mesafe	30
Şekil 2. Bazı Ülkelerin Bisiklet Kullanım Oranları	39
Şekil 3. Bisiklet Turu Katılımcılarının Harcamalara Göre Sınıflandırılması	49
Şekil 4. 2008-2016 Yılları Arasında Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu Katılımcı Sayısı	64
Şekil 5. 2008-2017 Yılları Arasında Tour De France Bisiklet Turu Katılımcı Sayısı.....	65
Şekil 6. Araştırmanın Teorik Modeli	80

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 1. Destinasyonların Genel Özellikleri	9
Çizelge 2. Ülkelerin Bisiklet ile İlgili İstihdam Durumu.....	24
Çizelge 3. Bisiklet Kullanımının En Fazla Olduğu Şehirler.....	26
Çizelge 4. Türkiye'nin Bölgelere Göre Potansiyel Bisiklet Rotaları	43
Çizelge 5. İngiltere'de Bisiklet Turizminin Hacmi ve Değeri	44
Çizelge 6. Bazı Ülkelerde Bisiklet Turizminin Değeri.....	45
Çizelge 7. 2017 Yılında Dünyada Düzenlenen Bazı Bisiklet Festivalleri	56
Çizelge 8. Yıllara Göre Türkiye'de Düzenlenen Bisiklet Festivallerinin Sayısı	57
Çizelge 9. 2017 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Bisiklet Festivallerine İlişkin Bilgiler	59
Çizelge 10. 2012-2017 Yılları Arasında Türkiye'de Düzenlenen Bisiklet Festivallerinin Aylara Göre Dağılımı.....	61
Çizelge 11. 2012-2017 Yılları Arasında Türkiye'de Düzenlenen Bisiklet Festivallerinin Bölgelere Göre Dağılımı	62
Çizelge 12. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu Kronolojisi	63
Çizelge 13. 2012 Yılında İsviçre Bisiklet Turistlerinin Harcamaları	66
Çizelge 14. 2008 Yılında Düzenlenen Missouri Bisiklet Turu Katılımcı Sayısı ve Harcamaları	67

Çizelge 15. Wisconsin Raporundaki Etkinliklerin Ekonomik Etkileri.....	67
Çizelge 16. 2012 Yılında İskoçya’da Düzenlenen Bisiklet Etkinliklerinin Katılımcı Sayısı ve Ekonomik Etkisi	68
Çizelge 17. Dünyaca Ünlü Bazı Bisiklet Etkinliklerinin Katılımcı/İzleyici Sayısı ve Ekonomik Etkisi	69
Çizelge 18. Cambria ve Indiana Bölgelerinde Bisiklet Turistlerinin Harcamaları	70
Çizelge 19. ABD’de Düzenlenen Cross Country Bisiklet Turu Katılımcı Harcamaları	71
Çizelge 20. Beş Faktör Kişilik Boyutlarının Nitelendiricileri	76
Çizelge 21. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı.....	83
Çizelge 22. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	84
Çizelge 23. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	84
Çizelge 24. Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Dağılımı	84
Çizelge 25. Katılımcıların Bisiklet Festivallerine İlişkin Sorulara Verdiği Cevapların Dağılımı	86
Çizelge 26. Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki Toplam Harcamaları	88
Çizelge 27. Katılımcıların Bisiklet Festivallerinde Yaşadıkları Sorunlar	90
Çizelge 28. Katılımcıların “Daha Önce Katıldığımız Bisiklet Festivallerinin Adları” Şeklindeki Açık Uçlu Soruya Verdiği Cevapların Oranları.....	91
Çizelge 29. Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Keşifsel Faktör Analizi Sonuçları	93

Çizelge 30. Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları	95
Çizelge 31. Araştırmanın Ana Değişkenlerine İlişkin İstatistikler	96
Çizelge 32. Harcamaların Cinsiyete Göre Farklılıklarının Bağımsız Örneklem t- Testi ile Test Edilmesi.....	97
Çizelge 33. Harcamaların Eğitim Durumuna Göre Farklılıklarının Bağımsız Örneklem t- Testi ile Test Edilmesi	98
Çizelge 34. Harcamaların Yaş Aralıklarına Göre Farklılıklarının Varyans Analizi ile Test Edilmesi	98
Çizelge 35. Harcamaların Gelir Durumuna Göre Farklılıklarının Varyans Analizi ile Test Edilmesi.....	99
Çizelge 36. Harcamaların Bisiklet Festivallerindeki Kalış Sürelerine Göre Farklılıklarının Bağımsız Örneklem t-Testi ile Test Edilmesi.....	100
Çizelge 37. Harcamaların Bisiklet Festivallerine Katılan Kişi Sayısına Göre Farklılıklarının Varyans Analizi ile Test Edilmesi	101
Çizelge 38. Araştırmanın Etki Hipotezlerinin Test Sonuçları	102

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADFC	: Allgemeiner Deutscher Fahradd Club
ASO	: Amaury Sport Organisation
BBC	: British Broadcasting Corporation
BFA	: Bicycle Federation of Australia
BUP	: Bisikletli Ulaşım Platformu
CSB	: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
CTC	: Cyclists' Touring Club
ECF	: European Cyclists Federation
EP	: European Parliament
FIAC	: Federation International Amateur de Cyclisme
IAFE	: Uluslararası Fuar ve Festivaller Birliği
ITE	: Institute of Transportation Engineers
SATC	: South Australian Tourism Commission
SB	: Sağlık Bakanlığı
TBF	: Türkiye Bisiklet Federasyonu
TCCI	: The Touring Club Ciclistico Italiano
TNO	: The Netherlands Organisation
TNYT	: The New Young Turks
UCI	: Union Cycliste Internationale
WHO	: World Health Organization

1. GİRİŞ

Günümüzde bir destinasyon seçimine karar vermede etkili olan faktörlerden birisi de etkinliklerdir. Bireylerin kendine özgü faaliyetlerini gerçekleştirebileceği destinasyonlar öncelikli tercih edilecek alanlardır. Bisiklet turizmi kapsamında bisiklet etkinlikleri de bir destinasyona gitmede veya destinasyon seçimine karar vermede önemli faktör haline gelmiştir. Bu durum her birey için değil bisikletin tatilde ayrı yer tuttuğunu savunan turistlerin tercihinde etkilidir. Bisiklet, destinasyonlara canlılık getirmiş ve o destinasyonun tercih edilmesi için bir sebep olmuştur. Bisiklet - turizm ilişkisi 1870'li yıllara kadar dayanmış olup son 50 yılda önem kazanmış ve akademik çalışmalarda yer almaya başlamıştır. Dünya genelinde turizm sektöründeki gelişmelere bakıldığında bisiklet turizminin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir

Bisiklet; ulaşım, spor ve rekreasyonel olarak popülaritesi gün geçtikçe artan bir araçtır. Yıllara göre bisiklet kullanımı ve bisiklet ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, bu çalışmaların günümüze doğru gelindikçe daha fazla yaygınlaştığı görülmektedir. Bu yaygınlaşmanın temeli, bisikletin sürdürülebilirlik çerçevesinde faaliyetini göstermesinden kaynaklanmaktadır. Bu da doğaya karşı duyarlı olan bireyleri cezbetmekte olup, bisiklet kullanımı hem destinasyonda yaşayan yerel halka hem de kullanan bireye katkı sağlamaktadır. Bisiklet hem ekonomik hem sağlık hem de sosyal açıdan doğrudan bireye, dolaylı olarak devletlere çeşitli katkılar sunmaktadır. Bu kapsamda bisikletin faydalarının bilincinde olan devletler bisikletle ilgili çalışmalar yapmakta ve bireylerin bisiklet kullanımını yaygınlaştırmak için çeşitli teşviklerde bulunmaktadır. Bisiklet kullanımının artması demek bisiklet ile ilgili tesis varlıklarının artması yine bisiklet ile ilgili endüstrilerin canlanması anlamına gelmektedir. Bu sayede özel ve kamu kurum/kuruluşları, bisiklet ile ilgili dernek ve kurumların iş birliği yapmasına da olanak sağlamaktadır.

Son yıllarda artan bisiklet turizmi kapsamındaki bisiklet etkinlikleri araştırmacıları da harekete geçirmiştir. Bisiklet etkinlikleri, ortak veya farklı amaçlar ile etkinliklere katılan bisiklet turistlerinin bir araya gelip geçirdiği zaman ve bu süreç içerisinde bölgedeki harcamalarını da kapsamaktadır.

Özellikle kırsal alanlarda yapılan bisiklet etkinlikleri sosyal, çevresel ve ekonomik önemi açısından destinasyon planlayıcıları ve politika yapıcılarını tarafından fark edilmiş ve bisiklet ile ilgili altyapı ve üstyapı olanaklarını iyileştirme çalışmalarına gidilmiştir. Bu önemin bilincinde olan devletler bisiklet etkinliklerinin hem sayıca artması hem de nitelikli olması için ayrı çaba göstermektedir. Bu çaba ve çalışmalar bisiklet yollarının, rotalarının, tesislerinin geliştirilmesiyle başarı sağlayacaktır. Tüm bunlardan yola çıkarak bisiklet etkinlikleri destinasyon çekim unsuru niteliğinde olup o destinasyonun pazarlamasında da öncülük etmektedir. Aynı şekilde bisiklet turizmi kapsamındaki etkinlikler sürdürülebilir turizm kapsamında olup kırsal alanların kalkınmasına yardımcı olan ve yerel halkın yeni deneyimler kazanmasını, bununla birlikte yerel halkın ürününün değerlenmesini sağlayarak turizmi 12 aya yayan alternatif bir turizm çeşididir. Bu bağlamda bisiklet festivalleri /yarışları/ turları hem ülkedeki turizmi aylara yayarak hem de ülke ya da destinasyon tanınırlığını arttırarak bölgenin bu konuda marka olmasını da sağlamaktadır.

Bu çalışmada bisikletin ülke ve bölge ekonomisine katkısını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Dünyada ve Avrupa'da düzenlenen bisiklet etkinlikleri incelenmiş olup, ekonomik etkileri gösterilerek bisiklet etkinliklerinin önemi ortaya konmaya çalışılmıştır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Araştırma problem veya problemleri sorulardan ibaret olup araştırmanın temelini ve seyrini belirleyen kısımdır. Bu araştırmanın temel problemini, ‘‘Türkiye’deki bisiklet festivallerine katılan bisiklet turistleri ne kadar harcama yapmaktadır?’’ sorusu oluşturmaktadır. Bu temel problemden yola çıkarak ‘‘Türkiye’deki bisiklet festivallerine katılan bisiklet turistlerinin harcamalarını kişilik özellikleri ne derecede etkiliyor?’’ sorusu ise alt problemi meydana getirmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, Türkiye’deki bisiklet festivallerinin ülke ekonomisine katkısını Çanakkale Bisiklet Festivali özelinde ortaya koymaktır. Araştırmanın bir diğer amacı ise, bisiklet festivalindeki harcamaların kişilik özelliklerine göre değişip değişmediğini tespit etmektir.

1.3. Araştırmanın nemi

Turizm sektöründe yaşanan gelişmeler, turizmin gelecekte eğilim ve trendlerinin değişebileceğinin göstergesi sayılmaktadır. Bisiklet turizmi de bu trendlerin arasında yer almaktadır. Bisiklet turizmi ve bu turizm kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda bir bölgeye katkı sağlarken, destinasyon çekim unsuru olarak da bu etkinlikler bölgeye turist avantajı sağlamaktadır. Bu alışma bisiklet etkinliklerinin önemini ortaya koyarak, bu alanda yapılabilecek çalışmalara kaynak olabilme niteliğindedir.

1.4. Varsayımlar

Araştırmanın amacına göre bisiklet turistlerine hazırlanan anket sorularının çalışmaya dâhil olan cevaplayıcıların kendi görüşlerini yansıtarak cevap verdiği ve bilimsel bir çalışma olmasının önemiyle soru formunun dikkatli okunup cevaplandığı varsayılmıştır.

Araştırmanın Çanakkale bisiklet festivalinde gerçekleştirilmesinin nedeni ise diğer festivallere göre katılımcıların çok daha fazla olması ve kitleden elde edilen verilerin diğer festivalleri de yansıttığının düşünülmesidir.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırmanın alan yazın kısmı; internet veri tabanları, kitap, makale, dergi, tez, bildiri ve raporlardan elde edilen veriler ile sınırlıdır. Bu verilere bazı ülkeler ve festivaller dâhil edilerek hazırlanmış olup dâhil edilmeyen ülke ve festivallerin sayısal verilerine ulaşılammıştır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise, bisiklet festivallerinin farklı bölgelerde düzenlenmesi ve bu festivallerin tamamına zaman, maliyet gibi faktörlerden dolayı ulaşılammamasıdır. Bu bağlamda araştırmanın ana kütlesi olarak Çanakkale’de düzenlenen Çanakkale Bisiklet Festivali’nin katılımcıları seçilmiştir.

1.6. Tanımlar

Bu bölümde araştırma genelinde kullanılan bazı önemli kavramlar kısaca tanımlanmıştır. Bu tanımlamalar; Destinasyon, Etkinlik, Festival, Bisiklet, Bisiklet turizmi, Bisiklet Turisti, Bisiklet Etkinlikleri, Bisiklet Festivallerini kapsamaktadır.

Destinasyon: Turizm faaliyetlerini bünyesinde barındıran, bu faaliyetlerin gerçekleşmesi için mal veya hizmeti tüketiciyle buluşturan zemin olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, diğer bölgelere göre farklı olan ve bu farklılıkları ile turistlerin ziyaret etmelerini sağlayan yer olarak tanımlanabilir (Akyurt ve Atay, 2009).

Etkinlik: Belirli zaman ve belirli yerde uygun şekilde gerçekleşen yaşamaya değer bir olay şeklinde tanımlanmıştır (Getz, 2008). Diğer bir tanımda özel gün ve durumların deneyimlenmesini eşsiz kılan anların başlıca ürünleri olarak ifade edilmiştir (Berridge, 2007).

Festival: Sanata, bilime, kültüre, teknolojiye, ekonomik faaliyete, ürüne herhangi bir gün veya döneme yönelik düzenlenen; talebe göre bir kereye has gerçekleştirilen veya belirli gün, ay veya yıllarda tekrarlanan etkinlik dizisi olarak tanımlanmıştır (Atak, 2009). Genel olarak yerel bir topluluk tarafından belirlenmiş, belirli gün ve zamanda gelenekselleştirilmiş olarak kutlanan, yapıldığı yörenin imgesi haline gelmiş etkinlikler bu kapsamda değerlendirilebilir.

Bisiklet: Pedal, zincir ve iki tekerlekten oluşan insanın kas gücü ile hareketinin sağlandığı masrafsız bir araçtır. Bireyi doğayla birleştiren, kısıtlamalardan uzaklaşp ruhen ve bedenen dinlendirip özgürlüğüyle buluşturan, canlı olarak doğayı izleme şansı vermesiyle birlikte ekonomik, sosyal, çevresel ve sağlık gibi birçok faydayı da barındıran açık alanda yapılan spor türlerinde kullanılan bir araçtır (Öztaş vd., 2014).

Bisiklet turizmi: yarım veya tam gün olarak yapılan günübirlik gezilerden uzun mesafeli turlara kadar uzanan, eğlence ve keşif amaçlı gerçekleşen bisiklet etkinliklerini de kapsayan bir turizm çeşididir.

Bisiklet turisti: tatilinde bisikleti ulaşım aracı olarak kullanan ve bisiklet sürmeyi tatilin en önemli parçası kabul eden kişi olarak tanımlanmıştır (Simonsen and Jorgenson, 1998).

Bisiklet etkinliği: doğal bir alan içerisinde günübirlik olabileceği gibi, hafta sonu gezilerini de kapsayan veya uzun mesafeli süren yolculuklara göre süresi değişebilen etkinlik olarak tanımlanmaktadır.

Bisiklet festivali: Belirli gün ve tarihlerde düzenlenen (bir veya birden fazla günden oluşabilir) katılımcıları ve izleyicileri olan etkinlikler şeklinde tanımlanmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Destinasyon ve Festivaller

2.1.1. Destinasyon

Destinasyon, turizm aktivitelerini bünyesinde bulunduran, bu aktiviteleri gerçekleştirmek için mal ve hizmetleri tüketiciyle buluşturan zemin olarak tanımlanabilir. Buna ek olarak destinasyon, turistlerin ikamet ettikleri bölge dışında zaman geçirmek istedikleri yer olarak tanımlanmıştır (Cho, 2000). Aynı zamanda kişinin belirli süre kalması ve bazı karakteristik özellikleri tecrübe edinmek için seçtiği yer şeklinde de ifade edilmiştir (Leiper, 1995). Coğrafi özellikleri bakımından bir bölgenin sahip olduğu doğal güzellik, ziyaretçilerin gelme niyetini etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Diğer bir önemli faktör ise ziyaretçilerin zamanını değerlendirebileceği deniz, kum, güneş üçlüsü dışında aktivitelerin bulunmasının bölgeyi ziyaret etme isteğini kuvvetlendirmesidir. Buradan yola çıkarak destinasyonların turizm aktiviteleriyle anlam kazandığı söylenebilir. Bir destinasyonda turizm etkinliklerinin sayısının fazlalığı, farklı ilgi alanlarına sahip turist sayısını arttırmakla birlikte turizm sezonunun yılın tüm aylarına yayılmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda destinasyon, yıl boyunca sahip olduğu imkânları orada yaşayanlara aynı zamanda yılın belirli zamanlarında geçici olarak kullanan turistlere de sunan yerlerdir (Medlik, 2012).

Turizm destinasyonu, toplum bireyleri için güçlü çekim elemanlarına, ulaşım imkânlarına, turistik donanımına sahip olup, bu veriler nedeniyle turistik seyahatlerin hedefi durumundadır. Gerek arazi kullanım biçimi ve amaçları, konut şekli gerekse ekonomik ve hizmet sektörlerinde istihdam olanakları sunan sayısal ölçek açısından gelirlerin genellikle turistik etkinliklerden kaynaklandığı, yabancı gecekleri uzun olan ya da günübirlikçiler tarafından sıklıkla ziyaret edilen yer olarak tanımlanmaktadır (Olalı, 1982). Diğer bir ifadeyle, bölgenin turizm destinasyonu olarak nitelendirilebilmesi için aynı kültür, iklim, doğa koşullarına sahip, doğal ve kültürel zenginlikleri olan müşterilere sunulabilecek o bölgeye özel aktiviteler geliştirmiş, konaklama, beslenme, iletişim ve

ulaşım olanaklarına sahip, kamusal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinden oluşan, belirli bir marka ve imajı bulunan coğrafik bir alan olmalıdır (Bahar ve Kozak, 2005). Böylece turizm destinasyonu turizm aktivitelerini bünyesinde barındıran bazen küçük bir bölge bazen ise büyük bir alanı kapsayan yer şeklinde ifade edilebilir. Özetle bir bölgenin turistler açısından bir turizm destinasyonu olarak tercih edilebilmesi için bazı doğal ve yapay özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu yapay özellikler ve bölgenin var olan doğal kaynaklarına zarar vermeden insanlar tarafından oluşturulan etkinliklerin varlığı o destinasyonun tercih edilmesini sağlamaktadır. Genel olarak destinasyonlar imkân ve ulaşılabilirlikleriyle çekici olup, sahip olduğu özellikler ile çeşitlenmektedir.

2.1.1.1. Destinasyon Özellikleri

Destinasyonlar, sahip oldukları doğal ve yapay özellikleri ile birçok benzerlik aynı zamanda da farklılık göstermektedir. Doğal olarak var olan her şey destinasyonlardaki benzerliği gösterirken, bölgeye kazandırılan turizm aktiviteleri de destinasyonları birbirinden farklı kılmaktadır. Turistlerin bir destinasyonu başka bir destinasyona tercih etmesini o destinasyonun çekiciliği, ulaşılabilirliği ve konaklama imkânının yeterli olması açıklayabilir. Turistleri turizm destinasyonuna çeken unsurlar; görölüp gezilmesi gereken mekânlar, katılması gereken olaylar ve ilerleyen zamanlarda anımsanması gereken deneyimlerdir (Cordes ve İbrahim, 1996). Yerin çekiciliği; tarihi alanların korunması ve sunulması, destinasyonun sunum kalitesinin artırılması, turistlerin beklentilerini karşılayarak deneyimlerinin daha iyi olması destinasyonda ikamet eden yerel halkın ve yerel yönetimlerin desteğine göre değişmektedir. Destinasyonlar farklılık ve benzerlik göstermelerine rağmen genel olarak altı ortak özelliği barındırmaktadır (Buhalis, 2000).

Çizelge 1. Destinasyonların Genel Özellikleri

Çekicilikler	Doğal, yapay, amaçlı yapı, özel olaylar
Ulaşılabilirlik	Araçlar, terminaller, yolları kapsayan tüm ulaştırma
Kolaylıklar, İmkânlar	Konaklama ve yiyecek içecek imkânları, perakende satıcılar ve diğer turizm hizmetleri
Hazır Paketler	Araçlar tarafından veya tur operatörleri tarafından hazırlanan paketler
Etkinlikler, Aktiviteler	Müşterilerin ziyaretleri sırasında destinasyonda bulunan ve katılabildikleri tüm aktiviteler
Destekleyici hizmetler	Turistler tarafından kullanılan bankalar, iletişim, sağlık ve posta gibi hizmetler

Kaynak: Buhalis, 2000.

2.1.1.2. Destinasyon Çeşitleri

Gelişen ve değişen dünyada, insanlar sağlık, boş zaman değerlendirme, dini ve kişisel ihtiyaçlar gibi sebeplerle destinasyonları ziyaret etmektedir. Bu sebeplerin yanı sıra destinasyonların sahip olduğu doğal güzellikler ile kültürel ve tarihi varlıkların oluşu turistler tarafından o destinasyonun tercih edilmesini sağlamaktadır. Bunların dışında kitle iletişim araçları ile yapılan tanıtım ve reklamlar kişilerin o bölgeye merakını arttırmakla birlikte bölgeyi ziyaret etme isteğini ortaya çıkarmaktadır. Buradan yola çıkarak destinasyonun hangi amaçla ve hangi turist kesimi tarafından ziyaret edildiğini belirleyebilmek için destinasyon çeşitlerinin bilinmesi fayda sağlamaktadır. Destinasyon çeşitleri Buhalis'e (2000) göre altıya ayrılmaktadır:

Kentsel Destinasyonlar: Metropol ve dengi olan şehirlerin sunduğu imkânların yanı sıra kültür ve sanat etkinliklerinin de gerçekleştirilebileceği yer olarak tanımlanabilmektedir. İstanbul, Ankara kentsel destinasyon kavramına örnek gösterilebilecek önemli şehir merkezlerindedir.

Kıyı Destinasyonlar: 3-S (Sea- Sun-Sand / Güneş-Kum-Deniz) amacıyla seyahat eden turistlere hizmet sunmakla birlikte, yılın belirli dönemlerinde yoğun turist

sirkülasyonu yaşayan yerler olarak tanımlanabilmektedir. Antalya kıyı destinasyonu kavramına verilebilecek örneklerdendir.

Dağ Destinasyonları: Beyaz diye adlandırabileceğimiz mevsimlerden kışın güzelliklerini spor ve yürüyüşle birleştirerek, doğal güzellikleri kış ve diğer tüm mevsimlerde görmeyi ve hissetmeyi isteyen turistlerin doğada bir veya birkaç gün için oluşturdukları etkinliklerin gerçekleştirildiği alan olarak tanımlanabilmektedir. Ağrı dağı bu destinasyona verilebilecek örneklerdendir.

Kırsal Destinasyonlar: Sanayi aktivitelerinden uzaklaşıp doğayla iç içe yaşamayı, doğayı keşfetmeyi ve doğadan yararlanmak amacıyla, tarımsal aktivitelerin yoğun olduğu ve organik yaşam kavramını gerçekleştirmek isteyenlerin ziyaret ettiği destinasyonlar olarak tanımlanabilmektedir. Kapadokya sınırları içerisinde yer alan Güzelyurt bu destinasyona verilebilecek örneklerden birisidir.

Otantik 3. Dünya Destinasyonları: Turizm gelişimi sınırlı olmakla birlikte ulaşılması güç az gelişmiş ülkeler olarak bahsedilen bölge olarak tanımlanmıştır (Zağralı, 2014). Afrika'daki Mozambik ve Gambiya bu destinasyona verilebilecek örneklerdendir (Kırca, 2014).

Eşsiz-Egzotik-Özel Destinasyonlar: Özel günler için tercih edilip diğer günlere göre daha fazla kişinin kendini özel hissettiği ve diğer sunumlardan ayıran hizmetleri aldığı, standartlara göre daha yüksek fiyat ödenen ve imaj sahibi olan merkezler olarak tanımlanabilmektedir. İstanbul Kız Kulesi özel günler için uygun mekân olup yüksek fiyat ödenen bir yer olarak bu destinasyonlara örnek verilebilmektedir.

2.1.1.3. Destinasyon Çekim Unsurları

Bir destinasyona gitme eylemini oluşturacak en önemli etkenlerden birisi doğa tarafından insanoğlunun kullanımına sunulan kaynaklar olduğu bilinmektedir. Diğer etkenler ise, destinasyonun tarihi ve kültürel varlıkları, etkinliklerin varlığı, destinasyon bünyesinde bulunması turistlerin destinasyona gelişini sağlamaktadır. Bu kaynakların

kullanımındaki farklılıklar ile kaynaklarla yapılması muhtemel aktivitelerin varlıkları, her birey için aynı önemi taşımamaktadır. Bundan dolayı her birey destinasyon çekim unsurlarını kendi tercih, istek ve beklentilerine göre sıralama yapmaktadır. Genel olarak destinasyon çekim unsurları;

Doğal Çekicilikler: Destinasyonun var oluşundan itibaren sahip olduğu zenginlik olarak tanımlanabilir. Bu zenginliğin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması o bölgenin destinasyon olarak faaliyetini sürdürmesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda bölgede ikamet eden bireyler, yerel yönetimler, kamu ve özel işletmeler, turizm kapsamında faaliyet gösteren tüm işletmelerin koordineli bir biçimde iş birliği yaparak destinasyonun turistik ömrünü uzatmak amaç edinilmelidir. Çünkü bir turist hangi amaçla destinasyonu ziyaret etmiş olursa olsun doğal çekicilikler, turist ilgisinin bir kısmını açıklamaktadır (İçöz, 2007).

Tarihi ve Kültürel Çekicilikler: Farklı kültürlerin ve o kültürlere ait eserlerin görülmesi amacı ile yapılan seyahatleri kapsamaktadır. Çekim unsuru olarak tarih, destinasyon açısından değerli olup, o değerlerin korunması bölgeye gelecek olan ziyaretçilere bölge geçmişini yansıtan önemli bir çekim faktörüdür (Keskin, 2007). Çanakkale sahip olduğu tarihi yapısıyla bu çekiciliklere verilebilecek örnek şehirlerden birisidir. Bir destinasyonun tarihi ile daha uzun süreler hafızalarda kalacağı söylenebilir. Kültürel çekicilikler ise, farklı kültürlere ait din, yerel mimari, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro ve sinema gibi alt kültürleri tanımak amacı ile yapılan seyahatleri kapsamaktadır. Bu bağlamda; kişilerin farklı ülkelere, değişik kültürleri tanımak amacıyla kültürel gereksinimleri karşılamayı, deneyimler kazanmayı, tarihi yerler, sanatsal ve kültürel etkinlikleri keşfedip veya bölgeye yönelik bilgi edinmek gibi farklı amaçlarla yaptıkları ziyaretlerdir. Buradan hareketle Gaziantep yöresine ait yemek lezzetini tatmak amacıyla giden bir turisti kültür turisti olarak adlandırmak mümkün olacaktır.

Rekreasyonel Çekicilikler: Rekreasyon; bireylerin sosyal ve iş yaşamı zorunlulukları dışında, stresten uzak durmak, bireysel tatmin sağlamak ve yaratıcılığı harekete geçirmek için yapılan etkinliklerin tamamıdır (Kraus, 1977). Aynı şekilde rekreasyon, insanların eğlence ve spor amacı ile bulunduğu yerden ayrılarak etkinlerin düzenleneceği alanda boş zamanlarını değerlendirme şeklinde de tanımlanabilir.

Rekreasyon kişilere göre farklılık göstermektedir. Bu farklılık bireylerin çeşitli alanlara ilgi duyması ve o alanlarda zamanını değerlendirmek istemesinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra kişilerin sahip olduğu maddi ve manevi imkânlar da rekreasyonel etkinliklerde farklılık göstermektedir. Günümüzde rekreasyonel etkinlikler bakımından zengin destinasyonların önemi gittikçe artmaktadır. Çünkü etkinlik açısından zengin destinasyonlar, bireylerin özgürce hareket ettiği ve kendini tanıyarak hangi alanlarda eğlenip mutlu olacağını analizini yaptığı, bununla birlikte zamanını en verimli şekilde değerlendirdiği destinasyonlar olarak ilk tercih edilecek yerlerdir. Bundan dolayı rekreasyonel çekicilikler destinasyona daha fazla turist gelmesi ve destinasyon tercihinde kararsızlığı en aza indirmesinden dolayı önem arz etmektedir. Kısaca, farklı rekreasyonel çekiciliklere sahip olan destinasyonlar, turistik ürün çeşitlendirmesinde ve farklı turistlerin gelmesinde önemli rol oynamaktadır (İçöz, 2007).

2.1.1.4. Destinasyon Çekim unsuru olarak Etkinlik

Turizm sezonunu belirli bir aydan tüm sezona yayan, turist geliş ve kalış gün süresini arttıran, turistik ürün çeşitlendirmesine yol açan her türlü etkinlik destinasyon için çekim unsuru olarak kabul edilmektedir. Etkinlik, belirli zaman ve yerde, uygun koşullarla gerçekleşen yaşanmaya değer bir olay şeklinde tanımlanmıştır (Getz, 2008). Aynı zamanda etkinlik; mal, hizmet, fikir, yer veya kurum\kuruluşun pazarlandığı aktiviteler olarak da nitelendirilmiştir (Wood, 2009). Bu bağlamda kişilerin kendi istekleriyle eğlenerek vakit geçirdikleri, grup dâhilinde gerçekleştiğinde belirli kısıtlamalara tabi tutulan, insanı rutin hayatından uzaklaştıran aktivitelerin tamamı olarak tanımlanabilir.

Geçmiş yıllarda etkinlik bir turizm dalı olarak kabul edilmezken, 1980'li yıllardan sonra çok sayıda araştırmaya konu olmuştur. Yakın zamanlara gelindiğinde ise, dünyada düzenlenen birçok farklı etkinliğin turizm sektörünün değerini arttırdığı görülmektedir (Getz, 2008). Böylece turizm tek anlamdan çıkarak birçok aktiviteyi, etkinliği bünyesinde barındıran çeşitli alt kavramlardan oluşan bir sektör haline gelmiştir. Turizm bünyesindeki aktiviteler sanat, spor, rekreasyon, sosyal, kültürel etkinliklerle ilgili olabileceği gibi, profesyonelce organize edilmiş büyük etkinlikler şeklinde de olabilir (Argan, 2007).

Etkinliğin gelişimini sağlayan sebepler; zaman, gelir, değişen/gelişen teknolojiye ayak uydurma ve kişinin sahip olduğu demografik özellikler şeklinde sıralanmıştır (Goldblatt, 2000). Bireylerin yüz yüze iletişim kurduğu, deneyimlerini paylaştığı, zaman zaman ortak veya farklı fikirlerin üretilip paylaşıldığı ve bunların canlı olarak yaşandığı olaylar etkinlik kapsamındadır (Wood and Masterman, 2008). Tüm bunlardan hareketle bir etkinlik yalnızca katılımcısı ile var olabilir. Ayrıca turizm talebi oluşturan etkinlikler, destinasyon pazarlamasında ve gelişimde önemli rol oynamaktadır (Getz and Getz, 1997). Bu rol etkinlik katılımcıların sayısını arttırarak, gerek sosyal medya gerekse ağızdan ağıza iletişim ile kişilerin birbirlerinden etkilenecek destinasyonu ziyaret etme isteğini arttırmaktadır. Buradan destinasyonların, etkinlikleri bünyesinde yapılmasının istenmesinin en temel nedenleri şöyle sıralanmıştır:

- Düşük sezonda ziyaretçi çekerek turizmi belirli aylara değil tüm yıla yaymak,
- Ziyaretçilerin kalış sürelerini uzatmak için etkinlik çeşitlendirmesine giderek bireylerin eğlenceli vakit geçirmesini sağlayarak harcamaları arttırmak
- Destinasyonlar arası rekabetten bir adım öne çıkarak fark yaratmak için, destinasyon imajı oluşturmak,
- Destinasyona özgü yöresel ürünlerin satışının yapılması ile yerel halk için gelir elde etmek,
- Var olan altyapı ve üstyapı imkânlarının iyileştirilmesine katkı sağlamak,
- Destinasyonun sahip olduğu doğal ve kültürel kaynakların daha verimli bir şekilde kullanılması için sürdürülebilirliği sağlamak,
- Etkinlikler ile bölgedeki eksiklikler gözlemlenerek her yıl daha fazla turist sirkülasyonu olmasını hedefleyerek bu eksikler üzerinde çalışılmasını sağlamaktır (Getz vd., 1998).

Etkinlik türleri ile ilgili alan yazın incelendiğinde birbirinden farklı sınıflandırmalar ve sıralamalar yapıldığı görülmektedir. Bu farklılığın temel sebebi ise

etkinliği değerlendiren bireylerin bakış açısı ve farklı değerlendirme kriterlerinin baz alınmasından kaynaklı olup, bunun yanı sıra kişisel özelliklerinin de dâhil olması farklı sınıflandırılmalara sebep olmuştur. İçeriklerine göre etkinlikler (Babacan ve Göztaş, 2011) şu şekilde sıralamıştır:

Kültürel Etkinlikler

- Festivaller: Destinasyonların en ünlü ürünü ya da faaliyetleriyle düzenlenen eğlencelerdir. Örneğin; Türkiye de yapılan bisiklet festivalleri.
- Karnavallar: Kişilerin ruhani boşluklarını doldurmak için yaptıkları eğlence olarak tanımlanmaktadır. Örneğin; Rio karnavalı.
- Anma Törenleri: Kaybedilen önemli kişilerin ölüm günlerinde anılmasıdır. Örneğin; 10 Kasım Mustafa Kemal Atatürk'ü anma günü.
- Dini Etkinlikler: Dinin gerekliliğini yerine getirmek amacıyla oluşturulan topluluktur. Örneğin; Evlerde mevlit okutulması da bir dini etkinliktir.

Sanat Etkinlikleri

- Konserler: Sanatçıların müzik eserlerini bir topluluk önünde sergilemesi şeklinde tanımlanabilir.
- Performans Gösterileri: Kişilerin sahip oldukları yetenekleri bir topluluk önünde göstermesi olarak tanımlanabilmektedir. Örneğin; Dünyaca ünlü sihirbazların gösterileri.
- Sergiler: Alıcının görmesi için dizilmiş nesnelerin sergilendiği yer olarak tanımlanabilmektedir. Örneğin; İzmir Folkart Towers.
- Ödül Törenleri: Kişi veya kişilerin emek verdiği uğraşlarının karşılığında topluluk önünde taçlandırılması olarak tanımlanabilir. Örn. Oscar Ödülleri

İş ve Ticaret Etkinlikleri: Ticari nitelikteki ürün, mal ve hizmetlerin tanıtılması ve satışa sunulmasıdır. Örneğin; Ankara Atatürk Kültür Merkezi İl tanıtım günleri.

Spor Müsabakaları: Spor ve kapsamındaki bütün konuların dâhil olduğu etkinliklerdir. Örneğin; Cumhurbaşkanlığı bisiklet turu.

Eğitimsel Etkinlikler: Akademik çalışmaların sunulduğu kongreler, bilim fuarları gibi etkinliklerdir. Örneğin; TÜBİTAK bilim şenliği.

Rekreasyonel Etkinlikler: Kişilerin zamanını değerlendirdiği eğlence olarak tanımlanabilir. Örneğin; Zeytinli Rock Festivali.

Politik Etkinlikler: Mitingler. Örneğin; G-20 toplantısı.

Özel Etkinlikler: Kişilerin kendilerine göre belirli günleri anlamlandırdıkları etkinlikler olarak tanımlanabilir. Örneğin; Doğum günler, yıl dönümleri vb. gibi.

Farklı türlerle düzenlenen etkinlikler, potansiyel turisti etkinliğin düzenlendiği destinasyona çekerek bölgeye turizm anlamında bir hareketlilik sağlamaktadır. Böylece etkinlikler hareket kattığı destinasyonun tanıtımını da yapan bir araç haline gelmiştir.

2.1.2. Festivaller

Festival, sanata, bilime, kültüre, bilim ve teknolojiye, ekonomik faaliyete, ürüne, herhangi bir gün veya döneme yönelik düzenlenen; talebe göre bir kere veya belirli gün, ay ve yılda tekrarlanan etkinlik dizisi olarak tanımlanmıştır (Atak, 2009). Festivaller, bir bölgenin sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi, eğitim ve bilim ile ulusal ve uluslararası kapsamda ses getirecek alan olması için bölgenin tanımına katkı sağlamaktadır. Bölge tanıtımının yapılması, bölgeye daha fazla festival turistlerinin gelmesini sağlamaktadır. Festival turistlerini diğer turistlerden ayıran özellik, festivallerin düzenlendiği bölgelerde daha fazla harcama yaparak bölgeyi ekonomik anlamda canlandırmalarıdır (Çela vd., 2007).

Festivaller, ulusal alanda düzenlendi ise o ülkenin bireyleri arasındaki iletişimi, uluslararası düzenlendi ise farklı ülkelerin bireyleri arasındaki iletişimi pekiştirmektedir. Aynı zamanda festivaller, kişiye hem yeni kültürler hem de yeni hayatlar tanıma fırsatı

vererek insanların merak duygusunu gidermek için yeni yerler keşfetmeyi teşvik etmektedir. Gerek yurt içi katılımcıların gerekse yurt dışından gelen kişilerin festivallere katılım amaçları farklılık göstermektedir. Bu bağlamda bireylerin festivallere katılım amaçları; sosyal anlamda gelişme, farklı kültürden insanları tanıyarak farklı kültürleri keşfetme, bir grup içerisinde kendini bulma ve vaktini keyifli değerlendirme olarak genelleştirilmiştir (Crompton and McKay, 1997; Prentice and Anderson, 2003; Attanasi vd., 2013). Bu bağlamda festivaller farklı kültürlerden farklı amaç ile insanların toplanmasına öncülük etmesi açısından önem taşımaktadır. Böylelikle festivaller, toplumun kültürel kimliklerini yansıtmasının yanı sıra kültürel değerlerin de bir sonraki nesle aktarılmasında köprü görevini üstlenip yerel ekonomilere sağladıkları katkı ve turizmde oluşturduğu alternatif talep nedeniyle de oldukça önemli etkinliklerdir (Kozak ve Bahçe, 2012). Önemli olmalarını sağlayan etkenlerden birisi de festivalin gerçekleştirildiği alanlarda katılımcıların yiyecek- içecek, konaklama, alışveriş ve kişisel harcamalardan faydalanması ile yerel işletmelere doğrudan ekonomik katkı sağlaması ve bu katkının toplumun geneline yayılmasıdır (Raj, 2004). Günümüzde gelişen teknoloji ile insanların yüz yüze iletişim kurmaları azalmış olup, internet ortamındaki uygulamalarla kendilerini tatmin ettikleri söylenebilir. Festivaller bu ortamların aksine insanların yüz yüze iletişim kurmasını sağlayıp, grup şeklinde ya da bireysel olarak ya da yeni tanıştığı kişiler ile bir etkinliği değerlendirme şansı veren ortamlar sunmaktadır.

Bir festival düzenlenirken, ziyaretçiler, yerel halk, kurum ve kuruluşlar ile diğer tüm etkenler dikkate alınmalıdır. Özellikle yerel halkın düzenlenmiş veya düzenlenmekte olan etkinliğe olan tutum ve davranışları ziyaretçi deneyimlemesi üzerindeki etkisi önemli yer tutmaktadır (Özdemir ve Çulha, 2009). Yerel halkın bakış açısıyla Burhaniye Bisiklet Festivali adı altında yapılan bir çalışmada, yerel halkın bisiklet festivallerine bakış açılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda anket hazırlanmış, yerel halkın hangi düzeyde bisiklet festivalini desteklediğini ortaya çıkarmak amacıyla anket çözümlenmesine gidilmiş ve gelecek yıllarda düzenlenecek olan festival için daha fazla bilinir ve başarılı bir etkinlik olması amacıyla tavsiyeler niteliğinde sonuçlara ulaşılmıştır (Çelik Uğuz vd., 2018). Çünkü ziyaretçilerin festivale yönelik olumlu veya olumsuz tutumları, gelecekte tekrar katılma isteği ve katıldığı festivali bir başkasına tavsiye etme

durumları; yerel halk, kurum/kuruluşlar ve festivallerle ilişkili derneklerin işbirliği ile sıkı sıkıya ilişkilidir (Gürsoy vd., 2006).

Günümüzde yeni yeni gelişim gösteren festivallerden birisi de bisiklet festivalleridir. Bisiklet festivallerine geçmeden önce bisiklet kavramı ve bu kavram çerçevesinde bisiklet turizmi incelenerek, bisiklet festivallerinin ekonomik katkısı ortaya konmaya çalışılmıştır.

2.2. Bisiklet Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Bisiklet; pedal, zincir ve iki tekerlekten oluşan araç şeklinde tanımlanmıştır (Sigurd, 2003). Diğer bir ifadeyle bisiklet, bireyi doğayla birleştiren, bireyi kısıtlamalardan uzaklaştırıp ruhen ve bedenen dinlendirip özgürlüğüyle buluşturan, doğayı izleme şansını canlı olarak veren ve birçok faydayı da barındıran açık alan spor araçlarından birisidir (Öztaş vd., 2014). Bisiklet kullanımı, açık alan etkinliği olmasının yanı sıra hem ulaşım amacı hem de rekreasyonel amaç için kullanılmaktadır. Ayrıca bisikletin amatör ve profesyonel kullanıcılarının olması kullanımını farklılaştırmaktadır. Genel olarak bisiklet, hareketliliğin kısıtlı olduğu zamanlarda gün içindeki hareket seviyesini arttırmakta ve spor amacı ile birçok kişi tarafından kullanılmaktadır. Bisiklet kullanımının diğer bir amacı ise dinlenme aracı olarak tercih edilmesidir. Ayrıca bisiklet ulaşım aracı olarak da kullanılmaktadır. Bunu destekleyen bir çalışma Amerika’da yapılmış olup, bisikletin yürüyüş ve yüzme aktivitelerinden sonra önemli bir dinlenme aracı olduğu ortaya çıkmıştır (Sigurd, 2003).

2.2.1. Dünyada Bisikletin Tarihçesi

Da Vinci’nin bisikletle ilgili çizimlerinin tarihi bilinmemekle birlikte, 1493 yılında bisikleti icat ettiği kabul edilmektedir (Ballantine, 2001). İlk bisiklet patenti 1645 yılında Fransız Jean Theson’a, iki kişinin oturarak hareket ettirdiği dört tekerlekli bir alet yapmasıyla verilmiştir. 1690 yılında Fransız asilzade Sivrac Kontu tarafından “Celerifere”

adı verilen ve iki tahta tekerliğe sahip olan pedalsız bir bisiklet üretilmiş olup çemberin kaplama fikri geliştirilmiştir (Aydilek ve Sarıççek, 2017). Geliştirilen bu fikir ile bisiklet çok kullanışlı olmasa da bisikletin gelişimi için önemli yol kat edilmiştir. 1817 yılında ise Alman Baron Karl Von, iki tekerleği bulunan Sivrac'ın ürettiği bisiklete bir gidon ve bir sele yerleştirerek "Draisienne" adını vermiş ve bu icadı ilk olarak Paris'te sunmuştur (Aydilek ve Sarıççek, 2017). 1839 yılında İskoç Kirkpatrick MacMillan'ın pedalı bulması ile bisikletin gelişimi hızlanmıştır. 1860 yılında ise modern bisikletin ilk versiyonunun Ernest Michaux ve babası Pierre Michaux tarafından Fransa'da icat edildiği öne sürülmektedir. Birçok tarihçi tarafından bisikleti ilk icat eden kişi olarak bilinen Ernest ve Pierre, bisikletin ön tekerlek göbeğine pedalı yerleştirerek günümüze yakın görünümdeki bisikleti geliştirdiler. Ernest ve Pierre yaptıkları çalışmalar ile modern bisiklet üreticisi unvanına sahip olmuşlardır. 1868'de tekerlerin sert lastikle kaplanıp demirin çıkartılması sayesinde bisikletin sürati arttırılmıştır. Bisiklette yaşanan bu gelişmelere rağmen tahtadan ve demirden olması sebebiyle hem sürüş olarak sert hem de ağır olduğu bilinmektedir. 1870 yılında James Starley ve William Hillman tarafından ilk kez tamamı metalden oluşan bir bisiklet geliştirilmiştir (Aydilek ve Sarıççek, 2017). Bu gelişmelere vites özelliğini de ekleyerek ilk olma özelliği taşımışlardır. Bisiklet, genel olarak erkekler tarafından kullanılmakla birlikte, 1870 yılında Samuel Webb Thomas tarafından kadınların da kullanabileceği bir bisiklet geliştirilmiş, patenti alınarak tarihe ilk kadın bisikleti olarak geçmiştir (Aydilek ve Sarıççek, 2017). 1888 yılında ise, Doktor Dunlop pnömomatik (hava basılan) lastiği bularak bisikletin gelişimine önemli katkı sağlamıştır. Bisiklet üretiminde kullanılan malzemenin fiyatlarındaki ve işçilik maliyetlerindeki yükseklik nedeniyle bisiklet kullanımı halka inememiştir. Daha sonra fabrika ve seri üretimlerin başlamasıyla birlikte bisiklet kullanımı geniş kitlelere hitap ederek yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle Fransa, Belçika, İngiltere, İtalya ve İspanya'da bisiklet fabrikalarının kurulması bu ülkelerde bisiklet kullanımının yaygınlaşmasına ve bisiklet sporunun gelişmesine yol açmıştır (Aydilek ve Sarıççek, 2017).

Bisiklet, geçmişten günümüze kadar güvenli ve kolay bir ulaşım aracı olarak kullanılmaktadır (Southworth and Ben-Joseph, 1997). 1878 yılında İngiltere'de kurulan Bisiklet Turu Kulübü (Cyclists' Touring Club/ CTC), 1880 yılında Amerika Birleşik

Devletleri'nde kurulan Amerikan Bisikletçiler Derneği (The League of American Wheelmen) ve yine 1894 yılında İtalya'da kurulan İtalyan Bisiklet Turu Kulübü (The Touring Club Ciclistico Italiano/ TCCI) ile buna benzer kuruluşlar, bisiklet kullanımını teşvik edip yaygınlaştırmak için çaba harcamakla birlikte bisiklet turu kavramını da ortaya çıkarmıştır (Tobin, 1974; Gilley, 2014).

Deneme niteliğindeki ilk bisiklet yarışı 1868'de Saint Cloud'da yapılmıştır. Zamanla gelişim ve farklılık gösteren bisiklete kişilerin ilgisi artmıştır. Tüm bu gelişimlerle bisiklete gönül verenlerin sayısı artmış ve 1881'de "Fransız Bisiklet Federasyonu" kurulmuştur. Çağdaş koşullara uygun ilk dayanıklılık yarışı 1890 yılında Fransa'da yapılmıştır. 1891 yılında ise ilk uzun etaplı bisiklet yarışı Bordeaux Paris yarışı ve yakın zamanlarda düzenlenen Brest Paris yarışıdır. 1903 yılında Henri Desgrange ve L'Auto Dergisi tarafından uluslararası yarışmalar arasında en büyüğü olan ve bisiklet sporu için önemli bir atılım olan "Fransa Turu" düzenlenmiştir. Tarihsel süreç içerisinde bisiklet ulaşım aracı olmasının yanı sıra spor amacıyla da kullanılmaya ve üretilmeye başlanmıştır (Aydilek ve Sarıçiçek, 2017). 1890 ile 1895 yılları arasında İngiltere ve ABD ülkelerinin bisiklet için yol iyileştirmeleri yaparak kullanımını artırmalarından dolayı bu dönem "Bisiklet Çılgınlığı Dönemi" olarak adlandırılmıştır (Southworth and Ben-Joseph, 1997).

1900 yılında kurulan FIAC'ın (Federation International Amateur de Cyclisme, Uluslararası Amatör Bisiklet Federasyonu) 1993 yılında yapılan kongrede kendini fesh etmesiyle Uluslararası Bisiklet Federasyonu (UCI) bisiklet sporunun tek kuruluşu haline gelmiştir. Böylelikle uluslararası yarışları düzenlemek, kategorileri saptamak, yer ve zamanı belirlemekle yetkili tek kurum UCI olmuştur. 1970'li yıllarda birçok Avrupa ülkesinde, araba kullanımının trafik, hava kirliliği, kazalar ve sağlık sorunları gibi zararlı etkilerinden dolayı, yürüyüş, bisiklet ve toplu taşımayı tercih eden ulaşım politikalarında çarpıcı bir değişim başlamıştır. Bu ülkeler, bisiklet altyapılarını geliştirerek bisiklet kullanımındaki artışı desteklemiştir (Pucher and Buehler, 2008).

Sonuç olarak, tekerleğin eski çağlarda icat edilmiş olmasına rağmen bisikletin icadı tekerlek kadar eskiye dayanmamaktadır. Bisikletin icadı ile ilgili birçok tarih ve isim bulunmakta birlikte araştırmacı ve tarihçiler arasında da bir fikir birliği olmadığı

görülmektedir. Bisikletin tarihine bakıldığında onun tek bir mucit tarafından icat edilmediği, tarih içerisindeki birçok çalışma ve deneyimlerle üzerine yeni gelişimler eklenerek ortaya çıkan bir araç olduğu söylenebilir. Buradan hareketle bisikletin hareketli süreç yaşamadaki çekiciliği günümüzde de özünü korumaktadır. Böylelikle atalarımız; demiryolu, telgraf ve telefon ile birlikte en büyük başarılar arasında modern bisikleti de saymışlardır (Herlihy, 2004).

2.2.2. Türkiye’de Bisikletin Tarihçesi

Motorlu taşıt kullanımının artmasıyla park sorunu büyük sorun haline gelmiştir. Kalabalıktan kaçmak, park sorunu yaşamamak için alternatif olarak Türkiye’de bisiklet de ulaşım amaçlı kullanılmaya başlanmıştır. Bu artış yıllara göre incelendiğinde, genellikle ailelerin çocuklarına yaz tatillerinde bisiklet kullanımı için karne ödülü olarak bisiklet hediye etmeleri şeklinde yaygınlaşmışken, günümüzde küçük yaşlardan büyük yaşlara farklı amaçlarla, farklı ödüllendirmeler ile bisiklet kullanımının arttığı görülmektedir. Türkiye; sahip olduğu coğrafi yapısı, doğa ve iklim koşulları bakımından bisiklet kullanımına elverişlidir. Aynı zamanda sahip olduğu nüfus ile bisikletin hitap ettiği kitleye uygundur.

Osmanlı’da 1880’li yıllarda bisiklet, Osmanlının başkenti olan İstanbul dışında çok fazla şehirde kullanılmamıştır. O kadar fazla olmasa da İstanbul’u takip eden şehirler, İzmir ve Selanik’tir. İzmir’de ilk bisiklet yarışı 1895 yılında yapılmış ve spor oyunlarında bisiklete de yer vermeye başlanmıştır. İstanbul’da ise ilk bisiklet yarışması yine 1895 yılının Ağustos ayında düzenlenmiştir. İstanbul’da farklı olarak 1907 yılında kullanılan bisikletlere belediye teşkilatı tarafından numara verilerek sahibi ve kullanıcısının adı defterlere kayıt edilmeye başlanmıştır. Bu da bisiklet kazaları veya herhangi bir sorunda suçun kime ait olduğunu tespit etmede yardımcı olma amaçlıdır. (Aydilek ve Sarıçiçek, 2017).

Osmanlı döneminde ilk bisiklet yarışları 1897 yılında Selanik’te ahşap tribünlü velodromda düzenlenmiştir. Bu yarışların iyi gelir getirdiğini gören Leon Efendi ve ortağı

Papazyan 1910-1912 yıllarında ilk bisikletin vermiş olduğu heyecan ve getiriler ile bisiklet yarışını düzenleme kararına varmıştır. Dönemin geçirmiş olduğu belirli zorluklardan dolayı Osmanlı'da düzenlenen bisiklet yarışlarına devlet tarafından yasaklama getirilmiştir. Yasaklanan bu yarışlar, II. Meşrutiyet' in ilanından sonra tekrar canlanmıştır. Bu canlanmada Fenerbahçe kulübünün bu spora önem ve ağırlık vermesinin rolü büyüktür. İlk yol yarışları Fenerbahçe, Maslak ve Bakırköy' de, pist yarışları ise Fenerbahçe stadında yapılmıştır. Aynı zamanda bisiklet Osmanlı'da 1913 yılında zabıta ve Polis Müdürlüğü gibi kurumlarda bir taşıt olarak kullanılmıştır. Aynı dönemlerde yine ordu içinde bisiklet birliklerinin de yer aldığı bilinmektedir (Aydilek ve Sarıççek, 2017).

1923'te İdman Cemiyetleri İttifakı'nın kurulmasından sonra oluşturulan ve aynı yıl FIAC üyeliğine kabul edilen Bisiklet Federasyonu, bisiklet sporunun sadece belirli şehirlerde değil tüm ülke kapsamında gelişiminde önemli rol oynamıştır. Bisiklet Federasyonunun ilk başkanı Muvaffak Bey (Menemencioğlu)'dir. Türkiye'de ilk milli takım 1924'te oluşturulmuş ve aynı yıl düzenlenen Olimpiyat Oyunları'na hazırlanılmıştır. Fakat ülkede bisiklet bulunmaması ve yeterli imkânlarla sahip olunmaması nedeniyle ülke olimpiyat oyunlarına katılamamıştır. Bisikletle ilk milli karşılaşmamız ise 1927'de Bulgaristan ile Taksim Stadında gerçekleşmiştir. Daha sonra 1928'de Ege Turu adıyla Türkiye'nin ilk uzun etaplı turu düzenlenmiştir. 1940 yılında ilk kez düzenlenen Balkan Bisiklet Pist yarışmasında iki gümüş madalya kazanılması da bisikletle ilgili ülkenin kendini yenilediği ve hedefler belirlediğini ortaya koymuştur. 1949 yılında pist bisikleti yarışı olarak nitelendirilen veledrom Konya'da ilk kez gerçekleştirilmiştir. 1953 yılında düzenlenen İstanbul- Ankara Bisiklet Yarışı ile spor dallarından kabul edilen bisiklet yarışlarında yeniden canlanma görülmüştür. 1963 yılında "Marmara Bisiklet Turu" adıyla düzenlenmekte olan turun kapsam ve niteliği geliştirilmeye çalışılmıştır. Tüm bu gelişimler ve kurulan kulüplerle bisiklet yarışmalarının günden güne önem kazandığı görülmektedir. Türkiye'nin ilk bisiklet kulübü ise 1968 yılında kurulan "İstanbul Bisiklet Kulübü"dür. Birçok başarıya imza atan kulüp, daha iyisi için gönüllü bisiklet severler ile çalışmayı amaç edinmiştir (TBF, 2017).

2007 yılında iyileşmeye giden Bisiklet Federasyonu uluslararası alanda boy göstermeyi ve başarı elde etmeyi amaçlamıştır. Bu başarılar arasında en önemlisi,

Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu'nun 2008 yılında kategorisini yükselterek uluslararası arenada yerini almayı başarmasıdır. Bu başarıları bir yenisini ekleyen Bisiklet Federasyonu, 2010 Avrupa Yol Şampiyonası etkinliğinin Ankara'da gerçekleşmesini sağlamıştır (TBF, 2017).

Dünyada bisiklet sporunun uluslararası yarışların düzenlenmesi, tasarlanması, yeri ve zamanının belirlenmesi ile yetkili tek kurum UCI (Uluslararası Bisiklet Birliği)'dir. Türkiye'de ise, bisiklet yarışları düzenlemek, bisiklet sporunu sevdirmek, özendirmek ve kullanımını arttırmak, dünya bisikletinde ülke adına isim yapmak ve marka ülke haline gelmek, yurtdışında düzenlenen profesyonel organizasyonların kalitesini arttırmak ve topluma bisikleti sevdirep sağlıklı bir yaşam çerçevesinde buluşmasını sağlamak gibi görevleri üstlenen tek kuruluş Bisiklet Federasyonu'dur (TBF, 2017).

2.3. Bisiklet Kullanımının Amaçları

İlk çıkış amacı ile bugünkü amacı arasında fark olmayan, değişen ve gelişen teknoloji bisikletin kullanımını farklılaştırmıştır. Bisikletin; eğlence, hobi ve spor amacı ile kullanımının oldukça yaygın olduğu bilinmektedir. Değişen ve gelişen dünyada artan nüfusa orantılı olarak araç sayısındaki artış trafik sorununu meydana getirmiştir. Trafiğin yoğunluğundan kaçmak, stresten uzak durmak isteyen bireyler alternatif ulaşım aracı olarak bisikleti tercih etmektedir. Bundan dolayı devletler bisikletin yaygınlaşması ve şehir içi ulaşımlarda tercih edilmesi için bisikletle ilgili altyapı ve üstyapı olanaklarını iyileştirmeye, bisiklet yolları yapım ve tasarımları için çalışmalara başlamıştır. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre bisikletin farklı amaçlarla kullanıldığı söylenebilir. Gelişmiş ülkeler ile gelişmemiş ülkeler kıyaslamasında bisiklet kullanımı arasında fark olmakla birlikte gelişmiş ülkeler bisikletle ilgili ilklere imza atıp kullanım amaçlarının çeşitlenmesine sebep olmuştur. Özellikle Belçika, Fransa, İngiltere, İtalya ve İspanya'daki bisiklet fabrikalarının varlığı, bisikletin bu ülkelerde yaygınlaşmasıyla birlikte bisiklet sporu ve etkinliklerinin de gelişmesine öncülük etmiştir. Gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde bisiklet genellikle bir yerden bir yere varmak amacı ile kullanılırken, gelişmiş

ülkelerin bisikleti spor, dinlenme, etkinlik ve buna benzer sebeplerle tercih ettiği görülmektedir.

2.4. Bisiklet Kullanımının Faydaları

Ulaşım aracı olarak kullanılan bisiklet, günlük hareketin karşılanması ile kişisel sağlığa ve sera gazı emisyonu bırakmamasıyla çevreye katkı sağlamaktadır (Dill, 2009). Ayrıca bisiklet iş, gelir ve istihdam imkânlarıyla ülke genelinde ekonomik katkı sağlamaktadır (Weigand, 2008). Bisiklet kullanımı ya da sürüşünün faydaları, küçük yaşlardan büyük yaşlara kadar geçerlidir. Bugün bisiklet gelişmiş ülkelerde çevreyi, insan sağlığını, ekonomiyi koruyan önemli araçlardan biri haline gelmiştir.

2.4.1. Bisikletin Ekonomik Faydaları ve İstihdam Üzerine Etkisi

Bisikletin doğal kaynakların kullanımını azaltması, diğer ulaşım araçlarına yapılan harcamaları düşürmesi ve esnek hareketlilik sağlaması ile kent merkezlerinde ticari anlamda canlılık getireceği tahmin edilmektedir (Öztaş vd., 2014). New York belediyesi tarafından yapılan bir araştırmada; bisiklet yolları olan caddelerdeki dükkânların, olmayan caddelere göre %49 daha fazla satış yaptığını kanıtlamıştır (The CityFix Türkiye, 2014).

Bisiklet park yerlerinin otomobil park yerlerine göre karlı olduğu söylenebilir. Texas'ta (ABD) yapılan bir projede; bir aracın sığabileceği alana 160 adet bisiklet park yeri yapılmış ve bu alan 12 bin \$'a mal edilmiştir (Seattle Bike, 2014). Portland diğer şehirlere göre %20 daha az otomobil kullanarak yılda yerel ekonomiye 800 milyon \$ katkı sağlamaktadır. Yine Portland'da bisikletliler ayda 76 \$ harcarken; yayalar 66 \$, otomobilliler ise 61 \$ harcama yapmaktadır (Seattle Bike, 2014). Washington'da bisiklet kullanımı ekonomiye her yıl 3.1 milyar \$ katkı sağlamaktadır. Almanya ise her yıl ülkesine gelip tatil yapan bisikletlilerden 12 milyar € kazanç elde etmektedir (Seattle Bike, 2014).

Dünya Sağlık Örgütü'nün araştırması, tüm Avrupa'nın Kopenhag kadar pedal çevirmesi halinde 76 bin kişi için iş imkânı yaratılacağını ortaya koymuştur (Salvi and

Rodriguez, 2014). Yine aynı şekilde bisiklet projelerine yıllık olarak 2 milyon \$ tahsis eden San Diego, San Francisco Hükümet Birliği'nin araştırma sonucuna göre hem ilçe hem de şehirlerde tam zamanlı bisiklet koordinatörleri istihdam etmektedir (Jackson and Ruehr, 1998).

Çizelge 2. Ülkelerin Bisiklet ile İlgili İstihdam Durumu

Ülkelerde Bisiklet Kullanımının Artması Durumunda					
Ülke	Şehir	Nüfus	Bisiklet Kullanım Oranı (%)	Bisiklete bağlı İstihdam Sayısı	Bisiklete bağlı İstihdam Potansiyeli
ABD	Washington	617.996	3	84	647
İngiltere	Londra	7.826.000	3	1.069	8.196
Rusya	Moskova	11.541.000	3	1.576	12.085
İspanya	Madrid	3.265.038	1	149	3.717
İtalya	Roma	2.761.477	0	50	3.219
Norveç	Oslo	599.230	5	136	573
Fransa	Paris	2.234.105	3	305	2.340
Almanya	Berlin	3.501.872	13	2.073	2.073
Türkiye	Ankara	4.890.893	3	668	5.122

Kaynak: WHO, 2018.

Çizelge incelendiğinde, ülkelerin mevcut bisiklet ile ilgili istihdam sayısının potansiyel bisiklet istihdam sayısına oranla az olduğu görülmektedir. Yine çizelgeye bakıldığında, Almanya'nın bisiklet ile ilgili mevcut istihdam sayısının potansiyel istihdam sayısına eşit olduğu, dolayısıyla bisikletin yaratmış olduğu istihdamın tam anlamıyla kullanıldığı görülmektedir. Gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasında bisikletin yarattığı istihdam konusunda sayısal anlamda fark olsa da bisikletin ülkelerde istihdam yarattığı söylenebilir.

2.4.2. Bisikletin Çevresel Faydaları

Bisikleti etkin şekilde kullanan ve bisiklet kullanımına uygun planlanan kentlerde daha az hava kirliliği, daha az gürültü, temiz ve yaşanabilir bir çevre oluşacağı bir gerçektir. Bisikletin önemli faydalarından birisi, hava kirliliğine sebep olmamasıdır. Bisikletin, aktif yaşama, spora, sağlığa katkısı, tasarruf, ulaşım ve çevreye sağladığı olumlu etki gibi özellikleriyle önemi anlaşılacak şekilde kullanımı yaygınlaşmıştır. Günümüzde artan nüfusa bağlı olarak araba sayısındaki artış trafik sorunuyla birlikte ses kirliliğini de meydana getirmiştir. Bu bağlamda bisikletin önemli diğer özelliği ise ses kirliliği meydana getirmemesidir. Tüm bunlardan hareketle bisiklet kullanımının yaygınlaşması ve kullanımının teşvik edilmesi, çevresel değerlerin korunup iyileştirilmesi anlamında önem taşımaktadır.

2.4.3. Bisikletin Sağlığa Faydaları

Gelişen teknoloji ile imkânların ayaklara kadar getirilmesi hareketsiz toplumlara meydana getirmiştir. Bugün birçok ülke bu hareketsizliğe önlem alabilmek için devlet politikası geliştirmekte ve uygulanabilmesi için çalışmalar yapmaktadır. Bisiklet bir spor olarak değerlendirildiğinde sağlıklı bir yaşam aracı olarak da tanımlanabilir.

İsviçre Üniversite'sinde yapılan bir araştırmaya göre; orta yaş grubunda meydana gelen kemik erime sonucu çıkan kırıklarla karşılaşma oranı bisiklet ve bisiklete benzer aktiviteler gerçekleştiren kadınlarda yapmayanlara göre daha az olduğu tespit edilmiştir. Yine Nottingham Üniversitesi'nde hazırlanan ve New York Daily News gazetesinde de yayınlanan bir rapora göre; ulaşımda toplu taşımayı tercih eden kişilerin, bireysel ulaşım aracı kullananlara göre akut solunum yolu hastalığına kapılma riski yüksektir (Daily News, 2011). Bu bağlamda her gün düzenli olarak yapılacak bisiklet aktiviteleri milyarlarca liralık sağlık harcamalarının önlenmesine yardımcı olmaktadır. Temiz havanın hem vücut sağlığına hem ruhen rahatlamaya iyi geldiği bilinmektedir. Hollandalı bir kuruluş olan TNO tarafından yapılan bir araştırmaya göre; işe bisikletle gelenler daha az hastalanmakta ve bisiklet kullananlar işe gelmeme sebebi olarak hastalığı göstermemektedir. İşe bisiklet

ile gidilmesinin iş yeri devamsızlığına olumlu etkisi %1 olurken, ülke ekonomisine bu oranın katkısı yıllık yaklaşık 34 milyon \$'dır (Hendriksen vd., 2010).

Bisiklet kullanımı; ekonomik, çevresel ve sağlık açısından fayda sağladığı kadar sosyal açıdan da fayda sağlamaktadır. Bisiklet kullanan bireylerin diğer bireylere göre sosyal algısının daha fazla olduğu, sosyalleşmeye önem verdiği söylenebilir. Bisiklet toplulukla birlikte bir etkinliğin başarılı şekilde gerçekleşmesini, yeni kültürler, yeni yerler keşfedilmesini ve yeni insanlar tanıma fırsatını sunmaktadır. Bu bağlamda grupça yapılan bisiklet gezi, tur ve yarışları farklı kültürden insanların tanışmasını sağlamakta ve seyahat etme isteğini güçlendirmektedir.

2.5. Ülkelerin Bisiklet Kullanımı

Bisikletin önemi gün geçtikçe artmakta olup devletler bisikletle ilgili politikalar ve ağlar oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerin bisiklet ile ilgili çalışmaları devam ederken, gelişmekte olan ülkelerin ise yatırımlarına yeni yeni başladığı söylenebilir.

Çizelge 3. Bisiklet Kullanımının En Fazla Olduğu Şehirler

Şehirler	
1. Kopenhag	11. Barcelona
2. Amsterdam	12. Berlin
3. Utrecht	13. Ljubljana
4. Strasbourg	14. Buenos Aires
5. Eindhoven	15. Dublin
6. Malmö	16. Vienna
7. Nantes	17. Paris
8. Bordeaux	18. Minneapolis
9. Antwerp	19. Hamburg
10. Seville	20. Montreal

Kaynak: Ilıcalı, 2018.

Dünyada bisiklet dostu dendiğinde akla gelen ilk şehir Danimarka'nın başkenti Kopenhag, bisiklet ülkesi denildiğinde akla gelen ilk ülke ise Hollanda'dır. Bisikletin

gelişmesinin sebepleri her ülke için farklılık göstermektedir. Buradan hareketle, bisikletin en yoğun kullanıldığı ülkeler aşağıda incelenmiştir.

Çin: Bisiklet kullanımının en fazla olduğu ülkelerden birisi Çin'dir. Ülke nüfusunun fazla olması buna bağlı olarak otomobil kullanımından ortaya çıkan trafik yoğunluğu ve bu yoğunluğun sebep olduğu hava kirliliğine son vermek amacıyla ülke bisiklet kültürünü yerel halka empoze etmeye ve kullanımını teşvik etmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Ülkede her yıl bisikletin önemi gittikçe artmakta; yapılacak evlerin bisiklet park yerine uygun olup olmadığı yönünde denetimler yapılmaktadır. Bisiklet kullanımı için birçok teşviklerde bulunan Çin'in Hangzhou şehri 50.000 adet bisiklet ile bölge kiralama sisteminde lider durumdadır. Bisiklet kullanımının yoğun olduğu zamanlarda "Bisiklet Krallığı" olarak anılan Pekin'in günümüzde bisiklet kullanım oranı azalmıştır. Bisiklet kullanımını tekrar canlandırmak için devlet bazı teşvikler uygulamaktadır. Bu amaçla metro ve otobüs duraklarının yanına bisiklet istasyonları ve bisikletler koyarak insanları motive etmeye çalışmaktadır. İnsanların rahata alıştığı bir ulaşım aracından vazgeçip tekrar bisiklet kullanımını tercih etmesinin zor olduğu herkes tarafından bilinmektedir (Gezimanya, 2013). Bisiklet krallığını tekrar inşa etmek isteyen Pekin, trafikte bisiklet yollarını genişletip daha güvenli yol yapım çalışmalarına başlamıştır. Pekin'in bisiklet krallığını devam ettirememesinin sebebi; kısa vade politikalar ile bisiklet kullanımını yaygınlaştırmasıdır. Günümüzde ise daha uzun vadeli politikalar ile bisikletin daha uzun sürelerde kullanılması için düzenlemeler yapılmaktadır (Clean Air Asia, 2018).

Hollanda: Hollanda bisiklet ülkesi olarak anılmakta ve bisiklet bu ülkede yaşayan insanlar için olmazsa olmaz niteliktedir. Kuzeyinden güneyine, doğusundan batısına tüm şehirlerde bisiklet ve park yerleri mevcuttur. Bazı araştırmalarda ülke nüfusundan daha fazla bisikletin olduğundan bahsedilmektedir. Ülkede bisiklet yolları daha güvenli yerlere yapılmış, yaya ve motorlu araç yollarından ayrılarak kazayı en aza indirmeyi amaçlamıştır.

Hollanda'nın Bisiklet Ülkesi olmasının sebebinin savaştan sonra ülke yavaş yavaş kendini toplamakta iken, yatırımlarını otomobil sektörü için yapması olduğu söylenebilir. Daha sonra ülke kendini toparladıkça halk zenginleşmiş, halk zenginleştikçe ülkede

otomobil yatırımları artmıştır. 1950'den sonra artan nüfus ve beraberinde otomobil yoğunluğunun sebep olduğu kazalardaki artış bisiklete geçmek için büyük bir öncülük etmiştir. Diğer öncülük eden faktörün ise 1973 yılında yaşanan petrol krizi olduğu söylenebilir. Petrol fiyatlarındaki artışla birlikte, halk ulaşım araçlarından bisikleti tercih etmek zorunda kalmıştır. Bunun sonucunda Lahey ve Tilburg bisiklet yolları yapılan ilk şehirler olarak tarihte yerini almıştır. Diğer bir ilk ise 2011'de Hovenring'de bisikletlileri koruma amaçlı ilk bisiklet kavşağının yapılmasıdır. Bu bağlamda Hollanda'nın, bisiklet ile ilgili ilkleri yaşayan ve yaşatmayı hedefleyen yer olarak hafızalarda kalacağı bir gerçektir (Gezimanya, 2013; BBC, 2015). Günümüzde ise dünyanın en büyük bisiklet park alanına sahip olan ülke yine Hollanda'dır.

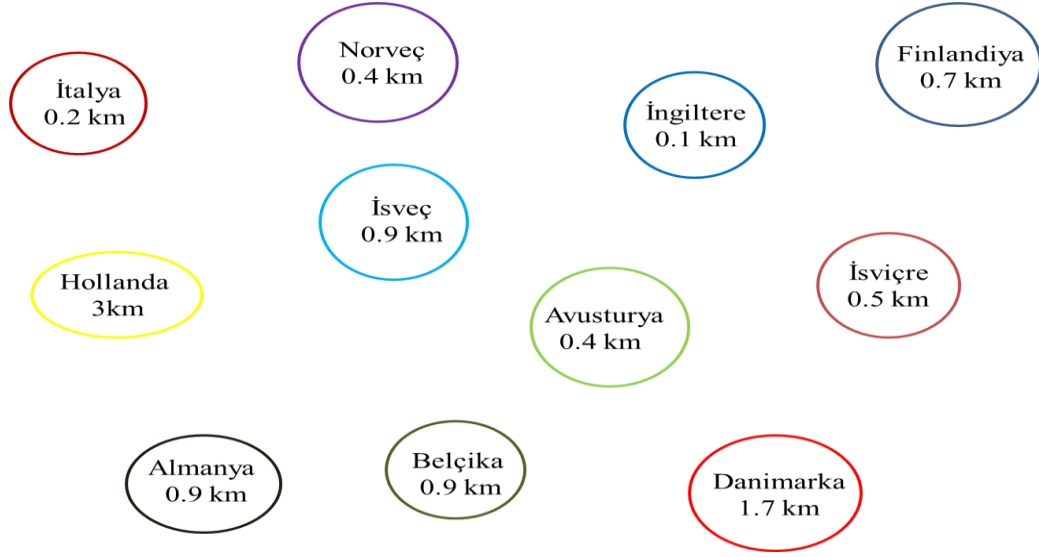
Almanya: Bisiklet kullanımının yaygın olduğu ülkelerden birisi de Almanya'dır. Diğer ülkelere göre Almanya'da bisiklet kullanım etiği ve kuralları farklılık göstermektedir (Gezimanya, 2013). Almanya'da her bir bireye bir bisiklet düştüğü söylenebilecek kadar bisiklet sayısının fazlalığından bahsedilmektedir. Ülkede en yaygın olarak dağ ve kent bisikletleri kullanılmaktadır. Bunların yanında elektrikli bisiklet de şehirde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bisiklet yollarının yapımı, ülkenin her yerinde gerçekleşmektedir. Özellikle metropol bölgelerde diğer bölgelerden ayrı olarak 'hızlı bisiklet yolları' planlanmaktadır. Almanya'nın bisiklet başkenti Vestfalya'da bulunan Münster kentidir. Avrupa'daki bisikletlilerin buluşma noktası ise Friedrichshafen'de her yıl düzenlenen bisiklet fuarı olan "Eurobike" dir (Deutschland, 2017). Bu fuar, binlerce bisiklet tutkununun en yeni trendlerden haberdar olması ve tanıdıkları bu alanda bir araya getirmesinden dolayı bisikletçiler için farklı bir anlam ve önem taşımaktadır.

Danimarka: Dünyada yaşam kalitesi yüksek olan şehirlerden birisi Danimarka'nın başkenti Kopenhag'dır. Bu şehirde her bireyin kendine ait bisikleti bulunmakta ve bisiklet kullanıcıları ayrı öneme sahip tutulmaktadır. Kentte 1970'li yılların başında yeni yol yapımlarına son verilmiştir. Bu tarih bisiklet varlığının eski tarihe dayandığını göstermektedir. Devlet akaryakıtta yüksek vergiler uygulayarak ulaşımda bisikletin tercih edilmesini sağlamıştır. Bu bağlamda 1970-1980 yılları arasında motorlu taşıt trafiğinde %10 azalma görülürken bisiklet kullanım oranlarında ise %80 artış yaşanmıştır. Bu durum bisikletin altın çağının yaşandığı dönem olarak

nitelendirilmektedir. İklim koşullarının eşit olmadığı ve zor olduğu zamanlarda bile yılın her mevsimi bisiklet kullanımı ülkede tercih edilmiştir. Öyle ki kentte işçilerin %32'si işe bisikletle gidip gelmektedir. Kentlerde yapılan bisiklet yolları ana trafikten ayrılmış olup bu durum bisikletlilerin ayrı yer tuttuğunun göstergesidir. Geniş bir bisiklet kültürünün ve kullanımının bulunduğu Kopenhag'da yenilenen tüm taşıt yollarında bisikletliler için yer ayrılmış olup bisiklet kullananların güvenliği yüksek düzeyde korunmaktadır (Annex, 2008).

Amerika Birleşik Devletleri: ABD kentlerinde bisiklet kullanım oranları düşük olup, ülke teknoloji ve sanayileşme alanındaki ilkleri bu anlamda yaşayamamaktadır. Amerika'da genellikle rekreasyon amaçlı kopuk, birbirleri ve kentle bütünleşmeyen bisiklet yolları kullanılmaktadır (Eryiğit, 2012). Bu da bisiklet yollarının tam anlamıyla yapılmadığını ve kullanımının teşvik edilmediğini göstermektedir. Ancak son yıllarda bisiklet kullanımının geliştirilmesine yönelik altyapı ve üstyapı yatırım çalışmalarına başlanmıştır. Kentlerde ise sosyal sorumluluk kapsamında eğitim veren ve bisiklet kullanımını teşvik eden kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır (Milne and Melin, 2014).

Gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde bisiklet kullanımının ana nedeni, bireylerin diğer ulaşım türlerini finanse etmekte zorlanması şeklinde açıklanabilir. Bunlara Hindistan, Pakistan, Bangladeş örnek olarak gösterilebilir. Bu bölgelerde bisiklet ulaşım amaçlı şekilde yaygın kullanılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise bisiklet kullanımının bilinci yüksektir. Bu ülkelerde gelir durumu, cinsiyet ve meslek durumlar önemli bir etken oluşturmazken, gelişmekte olan ülkeler için bisiklet kullanımında bu özellikler önem teşkil etmektedir.



Şekil 1. Bazı Ülkelerde Bisiklet ile Kat Edilen Günlük Ortalama Mesafe (kişi başına)

Kaynak: Ilıcalı,2018

2.6. Bisiklet Turizmi Kavramı ve Gelişim Süreci

Bisiklet turizmi, bireylerin sağlıklı yaşam sürdürebilmesini sağlayan, hem metropollerde hem de kırsal alanlarda ulaşım alternatifi olarak kullanılan, trafik yoğunluğu oluşturmayan, çevre dostu olarak bilinen, kırsal ekonomiyi canlandırmasının yanı sıra ülke ekonomisine de katkı sağlayan, bir bölge ve yerin tanıtımının yapılmasında öncülük eden turizm kavramı olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda bisiklet turizmi, yerel halk ve katılımcılarına sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel çıktılar sağlayan gün geçtikçe önemi artarak büyüyen bir pazardır (Ritchie vd., 2010). Bisiklet turizmi genel olarak her kesime hitap eden düşük maliyetli bir turizm dalıdır (Morpeth, 2001). Bisiklet turizmi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, bu kavrama ilişkin ortak bir tanım olmadığı, bu kavramın farklı tanımlarla açıklanmaya çalışıldığı görülmüştür. Bisiklet turizmi, yarım veya tam gün olarak yapılan ve günübirlik gezilerden uzun mesafeli turlara kadar eğlence ve keşif amaçlı gerçekleşen bir turizm çeşididir. Bisiklet turizmindeki temel unsur, katılımcının tatil veya hafta sonu gezilerini ve boş zamanlarını eğlenceli geçirmesi için

pozitif yönde algı oluşturmaktadır. (Lumsdon, 1996). Ancak bisiklet turizminin sadece boş zaman ve rekreasyonel zamanların değerlendirilmesi şeklinde tanımlanması bu turizm tanımını kısıtlamaktadır (Kraus, 2001). Genellikle bisiklet turizminin, bisikletli turistlerin seçtiği kırsal bölgelerde gerçekleştiği bilinmektedir. Böylece kırsal toplumlarda ekonomiyi canlandırmak, kaynaklara değer katmak ve turist çekmek gibi faktörlere sahip olmak isteyen planlayıcılar, bisikletin turizm potansiyeli üzerine daha fazla çalışma yapmıştır (Ritchie and Hall, 1999). Bisiklet turizmi, kayak ve deniz turizmi gibi mevsimsel değil turizmin tüm yıl aktif olmasını sağlayan bir turizm çeşididir. Bilindiği üzere diğer turizm çeşitleri gibi bisiklet turizminin uzun dönemi kapsamı iyi planlanması ve yönetilmesinden geçmektedir.

Bisiklet turizmi araştırmalarının teorik ve uygulama kısmının yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu durum, bisiklet turizminin teorik kısmına bunun yanında uygulama kısmına da önem verilmesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır (Lamont, 2014a). Bisiklet turizmi etkinliklerinin, ilgi çekici olarak nitelendirilen turist çekim merkezlerinde gerçekleştirilmesi önerilmiştir (Lamont, 2014b). Bu bağlamda bisiklet turizminin, deneyim kazandırmak ve ilgi alanı oluşturmak için sosyal ve psikolojik perspektiflerden yeni bir akım oluşturduğu söylenebilir (Lamont, 2014a). Bisiklet turizmi kapsamında etkinlik gerçekleştirecek kişilerin sosyal ve psikolojik deneyimlerinin önem arz ettiği söylenebilir. Yapılan araştırmalarda, bisikletli turistlerin kalıcılığının sağlanması için alternatifler üretilmiş, bunun yanı sıra motivasyonları tespit edilerek davranışlarında daha derin bir anlayış sağlanmış, ayrıca homojen bir grup olmadığı tespit edilmiştir (Ritchie vd., 2010). Böylece bisiklet turizmi, farklı bireylerin farklı alanlardaki ilgilerini farklı yerlerden gelerek aynı ortamda birleştirdiği ve bireylerin bir grup şeklinde hareket ettiği bir turizm çeşidi olarak da tanımlanabilir.

1970'lerin ilk dönemlerinde yaşanan küresel petrol krizi bisiklet kullanımının yaygınlaşıp, ulaşımda bisikletin tercih edilmesine sebep olmuştur (Chang and Chang, 2003). Dünya geneline bakıldığında bisiklet kullanımını ve bisiklet tatillerini arttırmaya yönelik çalışmaların en eskisi olan Sustrans'ın (The Sustainable Transport Charity/Sürdürülebilir Ulaşım Vakfı) (1977) çalışmasında halkın veya bölgeye gelen ziyaretçilerin bisiklet kullanabilmesi için altyapı çalışmalarına vurgu yapılmıştır (Çelik

Uğuz ve Özbek, 2018). Bir destinasyonda düzenlenen bisiklet ile ilgili aktiviteler bölgeye turist getirirken, turizm anlamında bir canlanma yaşatmakta, turizme yeni bir anlayış getirerek çeşitlenmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda bisiklet kullanımının yaygınlaşması, bisiklet hizmetlerinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler bisiklet otelleri, bisiklet destinasyonları, bisiklet kafeleri, bisiklet festivalleri, bisiklet etkinlikleri, bisiklet yolu yapımları ve bisiklet ile özdeşleşen her şey olarak nitelendirilebilir. Bu kapsamda bisiklet ile özdeşleşen her şey bisiklet turizmi kavramı altında tanımlanmıştır (Chang and Chang, 2003).

Bisiklet turizmi kapsamında başarıyı yakalayan bir bölge örneği İspanya'nın Mayorka adası, diğer bir adıyla 'Cennet' adasıdır. Adanın bisikletçiler tarafından cennet olarak nitelendirilmesinin sebebi; 1250 km'lik karayolunun 700 km'sinin bisiklet sürüşüne uygun olmasıdır. Ada'da dikkat çeken diğer bir özellik ise, tüm hizmet sektörlerinin iş birliği içerisinde planlı programlı çalışmasıdır. Bu iş birliğine en önemli örnek; Lufthansa, British Airways ve Swiss hava yollarının Mayorka'ya olan uçuşlarında bisiklet için yapılan seyahat için ekstra ücret talep etmemesidir. 2014 yılında Mayorka adasına çoğu Alman ve İsviçreli bisikletçilerden oluşan 160.000 bisikletçi gelmiştir. Bu bisiklet turistlerinin sezon dışı aylarda ortalama günlük harcaması 106 avro olarak hesaplanmıştır. Yıl bazında ise İspanya bisiklet turizminden 84 milyon pound gelir elde etmiştir (The Cycling Meeting, 2014).

Bisiklet endüstrisinin geliştirilmesi, bisiklet turizminde bölgenin bisiklet turistleri tarafından tercih edilebilmesi için bisiklet varış yerlerinin özellikleri şu şekilde sıralanmıştır:

- İyi konumlandırılmış tabelalı yollar,
- Değişikliğe sahip rotalar ve duracak yerlerin iyi belirlenmesi,
- Güzergâh boyunca bulunan yiyecek ve içecek restoranları,
- İyi bir bisiklet alt ve üst yapısı,
- Güvenli bisiklet park yerleri,

- Islak kıyafetler için kurutma yerleri,
- Gezi ve kültürel deneyimler için alternatifler,
- İyi haritalar,
- Yüksek kaliteli kiralık bisikletler ve motosikletlerin varlığı,
- Yerel yiyecek ve içecek stantlarının bulunması,
- Tur operatörleri ve şirketler arasında iyi işbirliği,
- Konaklanacak yerlerin kullanışlı olması,
- Hem ana turlar hem de günübirlik turların mevcut olması (Sustrans, 1999; Kocis, and Pehnec, 2012).

Bisiklet turizminin gerçekleşmesini konaklamaya, ulaşım kolaylığına, uygun iklim koşullarına sahip ve bisiklet kullanıcılarının hâkim olduğu simgeleri de barındıran bölgeler sağlamaktadır (Lumsdon, 1996).

Bisiklet turizmi ile ilgili yukarıda birçok tanıma yer verilmiştir. Fakat bisiklet turizmi kapsamında yapılan tanımların eksik veya hatalı olduğu görüşü de savunulmaktadır (Lamont, 2009). Bu görüşe karşılık olarak farklı tanımların farklı koşullara uygun olacağı ve bisiklet turizminin her birey için farklı anlamlar ifade ettiği söylenebilir (Blamey, 1997).

2.6.1. Bisiklet Turizminin Gelişmesini Sağlayan Temel Unsurlar

Bir bölgede bisiklet turizminin gelişmesini sağlayan en önemli faktör fiziksel altyapı olanaklarının iyileştirilmesidir. Böylece bisiklet kullanım oranı artacak ve bunun sonucunda bisiklet ile ilgili ticari bir canlanma gerçekleşecektir. Bisiklet turizminin gelişmesinde etkili olan faktörler şöyle sıralanmıştır (Çelik Uğuz vd., 2018):

- ✓ Doğal Çekicilikler
- ✓ Paydaşlar (İş birliği geliştirme)
- ✓ Bisiklet Altyapısı (Yollar, rotalar ve işaretler)
- ✓ Bisiklet Dostu Turistik Hizmetler
- ✓ Bisiklet Destek Hizmetleri
- ✓ Bisiklet Turizminin Tanıtımı ve Pazarlanmasıdır.

Bu maddelerden yola çıkarak bisiklet destinasyonun oluşabilmesi için öncelikle uygun doğal koşulların var olması gerektiği söylenebilir. Aynı şekilde destinasyonda var olan doğal çekicilikler bisiklet turizminin ana kaynağı niteliğindedir. Dolayısıyla doğal çekiciliğe sahip destinasyon, bisiklet turisti çekme özelliğine sahiptir. Bisiklet turizmi pazarının devamlılığı için merkezi ve yerel yönetimler, turizm ofisleri, tur operatörleri, seyahat acentaları ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının iş birliği gerekmektedir. Tüm bu iş birlikleri ile bisiklet yollarının yapımı arttırılmalı ve bu bisiklet yolları bisiklet turistlerine uygun (işaret, rota) şekilde dizayn edilerek hem katılımcı sayısında artış hem de pazarda büyüme sağlanmalıdır. Bisiklet turistlerinin bir güzergâh belirlerken dikkat ettiği noktalardan birisi de konaklama, yiyecek- içecek gibi alanların varlığıdır. Bisiklet turistleri genel olarak kısa süreli gezilerde kamp olarak konaklamayı seçse de uzun süreli gezilerde bu tercih değişiklik göstermektedir. Böylelikle bisiklet turistlerinin kamp yapacak alanları ve diğer konaklama çeşitleri önem arz etmektedir. Aynı şekilde bisiklet turistleri için önemli noktalardan birisi de bisiklet destek hizmetleridir. Bisiklet turistleri güzergâhları boyunca dinlenme molalarında bisikletlerini bırakabilecekleri güvenli alanları tercih etmektedir. Bunun yanı sıra bisiklet turistlerinin herhangi bir olumsuz durumla karşılaştıklarında bisiklet tamir noktaları arayacağı da bir gerçektir. Bisiklet destek hizmeti sunan tesisler, bisiklet turistlerinin ilk tercih edeceği alanlardır. Bisiklet turizmi pazarlamasının temeli hedef grupların istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve anlaşılmasıyla ilişkilidir. Bu bağlamda destinasyonlarda bisiklet programları, parkurları ve bisiklet dostu tesisler geliştirilerek bisiklet turistlerini çekmek hedeflenmelidir. Böylelikle memnun kalan bisiklet turisti, çevresine destinasyonun tanıtımını yapacak ve

tekrar gelme niyeti de artacaktır. Bir döngü ile işleyen bisiklet turizminin gelişimini sağlayan unsurlar birbirleri ile ilişkili olup biri olmadan diğ erinin anlam kazanamayacağı ortadır.

2.6.2. Bisiklet Turizminin Geliştirilmesi ile İlgili Çalışmalar

Turizm açısından bisiklet ile ilgili alan yazın incelendiğinde araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bunun sebebi; bisiklet turizmi kavramının yeni yeni yaygınlaşmasıdır. Bisiklet turizminin gün geçtikçe artan önemi Yeni Zelanda'da fark edilmiş, bisiklet turizminin gelecek planlaması ve bisiklet yönetimi önerilmiştir (Ritchie, 1998). Ulaşım ve turizm arasındaki ilişkiyi baz alarak bisiklet, turizmin aracı değil bileşeni olarak değerlendirilmiştir (Lumsdon, 2000). Bu öneri ve değerlendirmeler dikkate alınarak bisiklet çalışmaları doğrudan bisiklet turizminin gelişimini de sağlamaktadır. Bisiklet ile ilgili gelişmelerin olduğu ülkeler incelendiğinde şu verilere ulaşılmıştır (Sustrans,1999):

Danimarka: 1997 yılında 2.000 km'lik ulusal bisiklet rotasını açmış olup günümüzde Almanya başta olmak üzere başka ülkelerden de turist çekmektedir.

Almanya: Bisiklet rotası yaklaşık 1.500 km'dir. Yoğun olarak bisiklet turistine Münsterland'da rastlamak mümkündür. Bu şehrin 1990'dan sonra 431 kiralanabilir dükkândan 4200 dükkân sayısına yükselmesi, bisiklet ile ilgili gelişiminin hızlı olduğu söylenebilir.

Avusturya: Tuna bisiklet yolu Alman sınırındaki Passau'dan başlayan trafiğin olmadığı ve çoğunluğu yokuştan oluşan 250 km yolu ifade eder. Bu rota her yıl 1,5 milyondan fazla bisikletliyi cezbetmekte olup yol boyunca konaklama tesislerinde gecelik ziyaretçilerin çoğunu da bisikletliler oluşturmaktadır.

Fransa: Bisiklet turistlerini şerit ağlarına çekmeyi başaran ülke olarak tanımlanabilir. Bourgogne bölgesi, yılda yarım milyondan fazla ziyaretçiyi kendine çekmektedir.

Hollanda: Mevcut yüksek kalitede bisiklet güzergâhlarından yararlanılarak ulusal bir güzergâh ağı geliştirilmiş olup tüm dünyadan bisiklet turistlerini ülkelerine çekmektedir.

2.6.3. Bisiklet Turizminin Çeşitleri

Bisiklet; yarış, seyahat, spor, kısa tur gibi farklı alanlarda kullanılan bir araç olmasının yanı sıra kullanımı; deneyim, risk, bilgi ve uzmanlık gerektirmektedir. Bisiklet kullanımındaki bu farklılık bisiklet turizminin çeşitlenmesine sebep olmuştur. Bu çeşitlendirme:

- a) Günübirlik Bisiklet Turu: Günlük etkinlikleri kapsayan, konaklamasız, gün içinde yapılan etkinliklerdir.
- b) Bisiklet Kiralama: İkamet ettiği yerde veya tatilini yaptığı bölgede deneyimli/deneyimsiz olarak günübirlik bisiklet temin edilerek yapılan etkinliklerdir.
- c) Önceden Planlanmış Bisiklet Turu: Önceden organize edilen deneyimli/deneyimsiz bireylerin yapmış olduğu etkinliklerdir.
- d) Tatilini Kendi Planlayanlar: Herhangi bir seyahat acentasına ve tura bağlı kalmadan bireylerin kendileri için yapmış olduğu bisiklet etkinlikleridir.
- e) Bisiklet Amaçlı Tatiller: Seyahat acentaları ve tura bağlı kalmadan bisiklet gruplarının amacı tatil olan bisiklet organizasyonları düzenlendiği etkinliklerdir.
- f) Bisiklet Etkinlikleri: Organizasyoncular ve sponsorları da kapsayan bu etkinlikler izleyicilerinin de olmasıyla diğerlerinden farklıdır (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018).

Bisiklet turizmi çeşitleri farklı ölçütler kullanılarak yapılan farklı araştırmalarda; Bisiklet Tatilleri, Tatilde Bisiklet ve Günübürlük Bisiklet Gezileri şeklinde de gruplandırılmaktadır (Lumsdon, 2000; Sustrans, 2003; Zovko, 2013).

2.6.4. Bisiklet Turizmi Uygulamaları

2.6.4.1. Dünyada Bisiklet Turizmi

Dünya geneline bakıldığında bisiklet kullanımının arttığı, devletlerin bisiklet ile ilgili yatırım ve çalışmalarından anlaşılmaktadır. 19. yüzyılın sonlarında, bisikletin farklı sebeplerle gelişim sağlamasından dolayı bisiklet ulusal anlamda önemli bir ulaşım aracı haline gelmiştir (ITE, 1994). 1890 ve 1895 arasındaki dönemde Birleşik Devletler 'deki bisiklet yol iyileştirmeleri teşvik edilirken, bu döneme “Bisiklet Çılgınlığı Dönemi” adı verilmiştir (Southworth and Ben-Joseph, 1997). Sağlıklı bir yaşam için 1878’de kurulan Bisikletçiler Turing Kulübünün yardımıyla, bisiklet tatilleri olarak nitelendirilen tatilleri ve düzenlenen etkinlikleri tek bir başlık altında toplamak için bisiklet turizmi kavramı ortaya çıkmıştır (Holloway, 1994). Büyüyen ve gelişen bisiklet turizmi, Kuzey Amerika ülkelerinde ekonomik açıdan büyük bir pazar kabul edilmiştir. 1970’li yıllardan itibaren bisiklet yollarının geliştirilmesi ve bisiklet rotaları ile turist talebinin arttırılması sağlanmıştır (Lumsdon, 2000; Pratte, 2006).

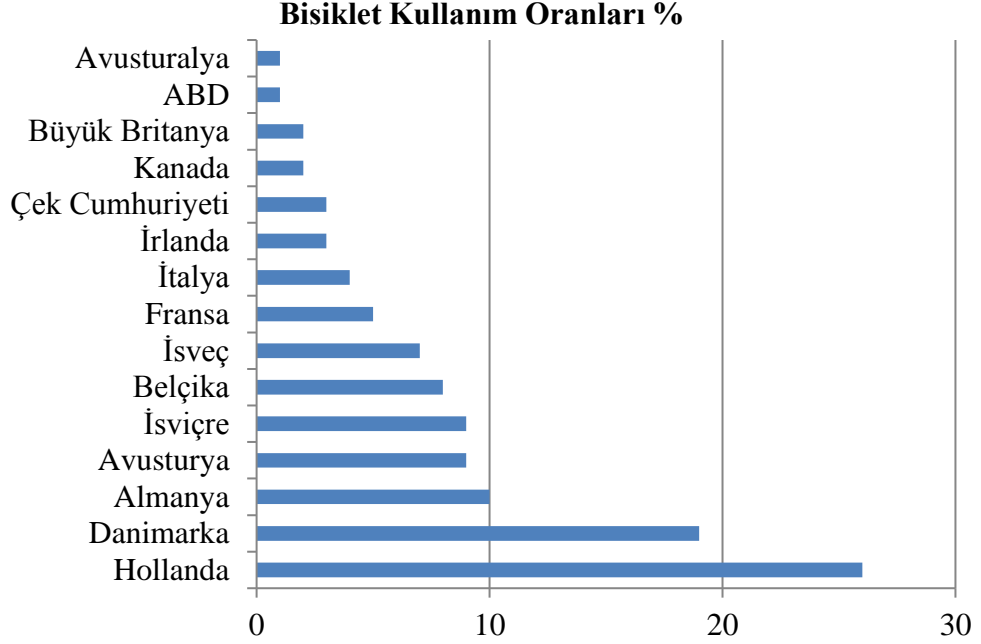
Asya’da bisiklet yeni bir olgudur. Geniş arazisi, topolojik çeşitliliği ve farklı kültürlerin varlığı sebebiyle Çin, bisiklet kullanımı ve bisiklet turizmini teşvik etmektedir (Lu, 2010). Bisiklet olgusunun yeni gelişmesinin sebebi, Çin’in kalabalık nüfusundan dolayı artan trafiktir. 1970’lerin başında yaşanan küresel petrol krizi bisiklet endüstrisi ve kullanımının gelişmesine sebep olan diğer faktördür. Aynı şekilde Tayvan’da bisiklet ulaşım amaçlı tercih edilmektedir. Ayrıca Tayvan, bisiklet altyapısı oluşturarak hem ulusal hem de uluslararası alanda, bisiklet ile ülke tanıtımını hedeflemiştir (Lee, Chen and Huang, 2014). Öyle ki Tayvan uzun süredir yüksek kaliteli, dayanıklı ve modern tasarımdaki uzmanlığı ile bisiklet üretiminde lider ülke konumundadır (Lee, 2014). Bisiklet talebinin artması ABD, Japonya ve Tayvan’da yeni firmaların kurulmasının yanı

sıra bisiklet ticaretinin gelişmesini sağlamıştır (Ballantine, 2001). Asya imalatçıları, eski Avrupa ve Amerikalı üreticilerin piyasaya sunduğu fiyattan daha uygun fiyatlar sunarak rakiplerini geçme şansı yakalamıştır. Kaliteli bisikletlerin %50'si Tayvan'ın dev şirketleri tarafından üretilmiş olup, satış rakamlarındaki artış rakiplerini geride bıraktığının göstergesidir (Ballentine, 2011).

Kanada'daki Windsor Şehri, Bisiklet Kullanımını Geliştirme Çalışması'nın (BUDS) 1991'de kabul edilmesi ile bisiklet kullanımını arttırmış ve bisiklet rota ağlarını geliştirmiştir. 2000 yılında ise, Kuzey Amerika bisikleti için en önemli kent haline gelmesi amaçlanmış ve çalışmalara bu şekilde yön verilmiştir (Chang and Chang, 2003). 2002 yılında Amerika'daki Adirondack North County bisiklet master planının asıl amacı, yerel bisiklet planlamasının toplumsal ve ekonomik yararları gösteren bölgesel bisiklet planları geliştirmek ve bisiklet dostu topluluklar oluşturmaktır (Chang and Chang, 2003). Amerika'da günümüze yakın gelişmelerden birisi olan bisiklet paylaşım programı Citi Bike 2013 yılında kullanıma açılmıştır. Citi Bank sponsorluğuyla hayata geçirilen Citi Bike 330 park istasyonu ve 6000 bisiklet ile ABD'nin en büyük ve en yeni paylaşım sitesi olma özelliğini taşımaktadır. Citi Bike 113.592 katılımcısıyla üye olanlara ayrıcalıklar tanıyarak üye olmayı teşvik etmenin yanı sıra cazip tekliflerle bisiklet kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Ayrıca ABD'de birçok şehirde bulunan bisiklet paylaşım siteleri, öğrencilerin kampüs ulaşımını sağlamada ücretsiz faydalanabildikleri bir sistemdir (Citi Bike, 2018). Tüm bu gelişimler bisiklet turizminin ilerlemesine öncülük etmektedir.

2.6.4.2. Avrupa'da Bisiklet Turizmi

Avrupa Birliği'nin bisiklet kullanımını destekleyici birçok kampanyası olduğu bilinmektedir. Bu duruma en iyi örnek, insanların ulaşımında bisikleti tercih etmeleri ve bisiklet sahibi olabilmeleri için vergilerin kaldırılmasının yanı sıra KDV'den de arındırılmış fiyatların sunulmasıdır. Avrupa ve bazı diğer ülkelerin bisiklet kullanım oranları Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Bazı Ülkelerin Bisiklet Kullanım Oranları

Kaynak: Pucher and Buehler, 2008

Ülkelerin bisiklet kullanım oranları incelendiğinde en yüksek oranın Hollanda'ya ait olduğu, Danimarka (%19) ve Almanya'nın (%10) Hollanda'yı takip ettiği görülmektedir. Bisiklet kullanım oranlarındaki farklılıklar, bisikletin farklı amaçlarla kullanıldığını ve ülkeler arasında farklı önemlere sahip olduğunu göstermektedir. Hollanda, Danimarka ve Almanya gibi ülkelerde bisiklet; ulaşım, sağlık, etkinlik ve günlük hareket eylemi gibi birçok amaçla kullanılmaktadır. Kuzey Amerika ve Avustralya'da bisiklet, sadece eğlence amacı ile belirli aralıklarda kullanılmaktadır (Daley and Rissel, 2011). Diğer taraftan Avrupa ve Asya ülkelerinde bisikletin günlük aktivite ve seyahatlerde kullanımı yaygındır (Rietveld and Daniel, 2004).

Bisiklet ve bisiklet turizmi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bisiklet turizminin, öncelikle Avrupa ve Kuzey Amerika'daki ülkelerde potansiyel olarak karlı bir sektör ve doğa dostu özelliğinden dolayı sürdürülebilir bir turizm alanı olduğu görülmektedir. İngiltere, Danimarka, Hollanda, Almanya ve Fransa gibi ülkelerde bisiklet gezilerine yönelik oluşan talebi karşılayabilmek ve bu talebi fırsata çevirmek için bisiklet rotaları inşa edilmiştir. Böylece bisiklet yolları planlanmış ve ulaşım politikalarının içine entegre

olarak bisiklet ağlarının geliştirilmesi teşvik edilmiştir (Green, 1991; Kerr, 1992; Lumsdon, 1996; Chang and Chang, 2003).

2013 yılında Avrupa Birliği vatandaşlarının %49'unun düzenli olarak bisiklet kullandığı tespit edilmiştir. Bu oran içerisinde %87 ile en yüksek orana sahip olan ülke Hollanda olurken, Malta %7 ile son sırada yer almaktadır.

Bisiklet altyapısının önemi gittikçe artmakta olup, Avrupa'da en büyük ve en hızlı altyapı gelişiminin sağlandığı ülke Almanya'dır. 2011 yılında Almanya genelinde 22 bisiklet rotası ve bu rotalarda 5350 konaklama alanı bulunmaktadır (Bett Bike, 2012). Bu rotalara verilebilecek en önemli örnek Eurovelo'dur (ADFC, 2011). Diğer bir örnek ise Avusturya'daki Eurovelo Stretch bisiklet rotasıdır. Bu rotayı 2006 yılında 350.000 bisikletçi ziyaret etmiş ve bu ziyaretçilerin 3.5 milyon avro harcadıkları tespit edilmiştir (EP, 2009). Avrupa'da sunulan ve karmaşık karakterize edilen yerler de en çok talep gören yerlerdir. Örneğin; Fransa- Loire ve İtalya- Po bölgeleri karmaşık hizmetler sunan fakat iyi tasarlanıp yapılandırılmış tematik rotaları ile talep görmektedir (ADFC, 2011).

Avrupa politikasında bisiklet, yalnızca ulaşım ve çevre faaliyetlerini değil, aynı zamanda sanayi, istihdam, sağlık ve sosyal alanları da kapsamaktadır (Neun and Haubold, 2016).

2.6.4.3. Türkiye'de Bisiklet Turizmi Potansiyeli

Türkiye'de bisiklet ve bisiklet turizmi ile ilgili alan yazın detaylı incelendiğinde, bu alanda yok denilecek kadar az sayıda çalışmanın yapıldığı görülmüştür. Bisiklet ile ilgili verilere bakıldığında, Türkiye'de her yıl yaklaşık bir milyon bisiklet satışının yapıldığı görülmektedir. Ancak genel nüfusa oranla bu sayının çok düşük olduğu söylenebilir. Türkiye'de bisiklet altyapısı diğer ülkelere göre düşük olmakla birlikte bisiklet kullanım oranının da %5 düzeyinde olması bisiklet olgusunun yeterince gelişmediğini göstermektedir. Bununla birlikte; Ankara, İstanbul, Konya, Eskişehir ve İzmir gibi bazı şehirlerde bisiklet yaşam kültürü oluşturulmakta ve altyapı çalışmaları

yapılmaktadır (Bisiklet Derneği, 2018). Böylece Türkiye’de bisiklet çalışmalarının zamanla hız kazanacağı söylenebilir.

Avrupa’da yaş, cinsiyet ayrımı yapmadan her kesimden bisiklet kullanan insanlar görülebilirken Türkiye’de bisiklet genellikle erkeklerin ve çocukların kullanabileceği araç olarak değerlendirilmektedir. Bu durum bisiklet ile ilgili farkındalığın oluşturulamaması ve bisiklet altyapısının olmaması ile birlikte kullanım oranının azlığını açıklamaktadır.

Türkiye’de bisiklet kullanımının yaygınlaştırılması ve bisiklet kavramının zihinlere yerleştirilmesi için Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından şehirlerde bisiklet altyapısı yatırımları yapılmaktadır. Bakanlık, yerel yönetimlerce yapılacak olan bisiklet projelerine kredi veya hibe desteği vermektedir. Bu projeler kapsamında Sakarya ve Konya pilot il seçilerek bisiklet yolu planlaması yapılmıştır. Bu illere ek olarak Eskişehir, Antalya, Kayseri, İzmir, İstanbul gibi şehirlerde bisiklet yolu projeleri de hız kazanmıştır (CSB, 2018).

Türkiye’de en çok bisiklet kullanılan il Konya’dır. Konya’da toplam bisiklet yolu ağı 447 kilometredir. Ayrıca Konya’da gün içindeki ulaşım ve gezi amaçlı bisikletin kullanılabilmesi için 500 Akıllı Bisiklet halkın hizmetine sunulmuş ve 40 noktada Akıllı Bisiklet konumlandırılması yapılmıştır. Konya Belediyesi tarafından hazırlanan bisiklet yollarının kullanımı ve güvenliği ile ilgili 3 boyutlu filmler hazırlanıp halk bilinçlendirilmeye çalışılmaktadır (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2016).

Türkiye’de bisikletli ulaşım açısından pilot il Sakarya’dır. Sakarya’da kullanılabilir bisiklet yolu 18 km iken, çalışmalara hız kazandırarak 30 km’ye ulaşması hedeflenmektedir. Sakarya’nın pilot il seçilmesinin nedeni, bisikletin toplu taşımaya entegre olarak ulaşımında kullanılmasıdır. Ayrıca bisiklet ile ilgili bir farkındalık oluşturmak için ‘Bisiklet Adası’ adı ile bir bölge oluşturulması ve bisiklet aktivitelerinin gerçekleşeceği özel bir alan meydana getirilmesi hedefler arasındadır (Sakarya Büyükşehir Belediyesi, 2017).

Türkiye’de EuroVelo’ya dâhil olan ilk şehir İzmir’dir. Avrupa Bisiklet Yolları Ağı (EuroVelo)’na başvurusu onaylanan İzmir de, 5.888 km mevcut Akdeniz Rotası’nın

uzantısı olan ve Dikili'den başlayıp Selçuk'ta son bulan 491 km bisiklet ağı rotası planlanmaktadır. Planlanan rota ile ilgili çalışmalar tamamlandığında ECF tarafından 2019 yılında resmi olarak eklenecektir. İzmir EuroVelo üyesi olması ile bölge ekonomisine de katkı sağlayacaktır. Bu gelişme, İzmir bölgesinde bisiklet altyapısının geliştirilip bisiklet kullanımının yaygınlaşması için fırsat niteliği taşımaktadır. İzmir'in Uluslararası ve Ulusal bisiklet severlere ev sahipliği yapması ile Türkiye'de marka şehir olması beklenmektedir (İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2018).

Türkiye'de en uzun bisiklet yolu (41 km) Manisa'dadır. Şehrin batısından doğusuna uzanan bu yol hem Avrupa Birliği hem de Çevre ve Şehircilik Bakanlığı standartlarına göre tasarlanmıştır. Türkiye'nin beyaz eşya markası olan VESTEL'in adını taşıyan bisiklet yolunun, bu markanın ürettiği LED'ler ile aydınlatılmasıyla, 7 gün 24 saat bu yolun kullanımı hedeflenmiştir (Manisa Büyükşehir Belediyesi, 2017). Bunlardan yola çıkarak bahsedilmesi gereken önemli hususlardan birisi, bisiklet altyapısında özel sektör ve kamu iş birliği ile başarı elde edilebileceğidir.

Türkiye'nin ilk bisiklet platformu İstanbul'dadır. Bu platform bisikletlilerin bir söz hakkı olduğunu savunarak oluşturulmuştur. Ayrıca birçok şehirde hafta sonu organize edilen CYCLEHACK, yeni görüş ve fikirlerin üretilerek hayata geçirilmesini hedefleyen Türkiye'nin bisiklet ile ilgili ilk organizasyonudur. Bu organizasyon, kamu kurumları ile belediyelerin ulaşım politikalarında bisikletli ulaşımın yer vermesi, bisikletin önemini arttırılması için ortak projeler yürütülerek uygulanması için çaba harcamaktadır (BUP, 2013).

T.C. Sağlık Bakanlığı 2010 yılında yürürlüğe giren Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı'ndaki Fiziksel Aktivitenin Teşviki Projesi kapsamında 2015-2018 yılları arasında 1 milyon adet bisiklet dağıtımını hedeflemiştir. Kamu-özel kurum ve kuruluşlara 2015 yılında 45.000 adet, 2016 yılında 275.000 adet bisiklet dağıtımı yapılmıştır (SB, 2016). Türkiye'de bölgelere göre potansiyel bisiklet rotaları Çizelge 4'te gösterilmektedir.

Çizelge 4. Türkiye'nin Bölgelere Göre Potansiyel Bisiklet Rotaları

Bölgeler	Rotalar
Marmara Bölgesi	Dereköy Ormanları, Yalova-Armutlu- Samanlı dağlarında orman içinde, Belgrad ormanı, Polonezköy, Bandırma, Bilecik-Pelitözü Dereşemsettin Kendirli-Sütlük-Karadede-Ulupınar- Selöz Köyleri, Bozüyük – Muratdere Atatürk Köşkü - Sofular - Kömürsu Yaylası Pazaryeri – Pazaryeri Günyurdu Bahçesultan, Güde, Sarıdayı, Küçükemalı, Pazaryeri Bozcaarmut.
Akdeniz Bölgesi	Sır Baraj Gölü Kıyıları, Dumanlı Yaylası, Çarıklı pedal projesi (ÇAPEP), kapsamında Yörük yol güzergâhı içindeki Alanya, Manavgat, Akseki, Serik, İbradı ve Gündoğmuş ilçeleri, Kaş, Hatay- Samandağ, Toros Dağları.
İç Anadolu Bölgesi	Kapadokya, Kirmir Çayı Vadisi, Ankara Çayı Vadisi, Eğriova ve Benli Yaylaları, Karagöl, Mogan ve Eymir Gölü çevresi, Tuz gölü ve çevresi, Erciyes, İhlara vadisi.
Ege Bölgesi	Güzelçamlı – Dilek Yarımadası ile Didim – Akbük arası ve Büyük Menderes Vadisi, Bergama, Gökova, Marmaris-Patara, Kuşadası.
Karadeniz Bölgesi	Çorum ormanlık alanları, yaylaları, Kaçkar Dağları, Kadırğa ve Taşköprü Yaylaları, Antalya- Manavgat-Side, Abant ve Gölcük Gölleri çevresi ile yaylalar arasında bulunan orman yolları, Abant ve Gölcük Gölleri çevresi ile yaylalar arasında bulunan orman yolları, Bora Bay Gölü çevresi, Düzce-Akçakoca.
Doğu Anadolu Bölgesi	Murat Nehri Vadisi

Kaynak: Akpınar ve Bulut, 2010.

2.6.5. Bisiklet Turizminin Ekonomik Değeri

Alternatif turizm çeşitlerinden biri olan bisiklet turizminin değeri gün geçtikçe artmaktadır. Bisiklet kullanan kişilerin sayısı arttıkça, bisiklet tesislerinin arttığı ve bisiklet turizmi endüstrisinin yerel ekonomide önemli bir yer tuttuğu fark edilmiştir (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018). Bisiklet endüstrisi, toplam satış, sağlanan istihdam ve elde edilen kişisel gelir miktarı ile ilişkili olmakla birlikte bunların birleşimi gelişmiş ülkelerde itici güç niteliğindedir (Weigand, 2008).

Totnau’da yapılan bir araştırma sonucunda bisiklet turizminden elde edilen gelir 150.000 € iken, yarışlar için ünlü St. Wendel’in cirosu günümüzde 1,5 milyon €’dur (ECF, 2010; ADFC, 2011). Bu artış altyapı hizmetlerinin iyileştirilmesi, hizmetlerin ve pazarlamanın uyumlu olması, kamu ve özel sektör işbirliğinin olmasından kaynaklanmaktadır.

İngiltere’de 1999 yılında bisiklet turizminin hacmini ve değerini ölçen detaylı bir çalışma yapılmış ve bu çalışmanın sonucunda elde edilen veriler, Çizelge 5’te gösterilmiştir.

Çizelge 5. İngiltere’de Bisiklet Turizminin Hacmi ve Değeri

Bisiklet Sürme Tatilleri	Geziler (Bin)	Harcamalar (£ Milyon)
Ülke İçi Bisiklet Sürme Tatilleri	708	104
Yurtdışı Ziyaretçi Bisiklet Sürme Tatilleri	125	38
Toplam Bisiklet Sürme Tatilleri	833	142
Tatilde Bisiklet Sürme		
Yurtiçi Tatilde Bisiklet Sürme	3,200	29
Yurtdışı Tatilde Bisiklet Sürme	950	9
Toplam Tatilde Bisiklet Sürme	4,150	38
Bisiklet Gezileri		
Toplam Bisiklet Gezileri	11,700	105
Toplam İngiltere’de Bisiklet Turizmi		285
Yerel Bölgelerde Bisiklet Gezileri	102,500	350
Toplam Boş zaman Bisiklet Kullanımı		635

Kaynak: Sustrans, 1999.

Bisiklet turizminin İngiltere’deki getirisi incelendiğinde, yurtiçinden gelip bisiklet kiralayan turistlerin gezi başına 146 € gecelik ise 30-35 €; yurtdışından gelenlerin ise, gezi başına ortalama günlük 300 € harcama yaptığı görülmektedir. Tatilde bisiklet süren turistlerin gezi başına ortalama harcaması 9 € iken, yerel turistlerin gezi başına ortalama harcaması 4 €’dur (Sustrans, 1999). Yukarıdaki bölgelerde rakamlar ve getirileri

incelendiğinde, bisiklet turizminin bir bölgeye ne derece ekonomik katkı sağladığı görülmektedir. İtalyan Bisiklet Federasyonu'nun yaptığı bir açıklamaya göre; bisiklet turizmi AB ülkelerine yılda 44 milyar Avro kazandırmaktadır. Ayrıca bisiklet turizmi AB ülkelerinde 650 bin kişiye iş imkânı sağlamaktadır (Sputnik Türkiye, 2017).

Çizelge 6. Bazı Ülkelerde Bisiklet Turizminin Değeri

Yer	Bisiklet Ekonomisi	Yaratılan İş Sayısı	Bisiklet Turizminin Değeri
ABD	133 milyar \$	1.1 milyon	96.7 milyar \$
Colorado	1 milyar \$	2519	141-193 milyon
Iowa	331.1 milyon \$	9.068	165 milyon \$
Oregon	400 milyon \$	4.600	102 milyon \$
Washington	3.1 milyar \$	200 bin	-
Wisconsin	924 milyon \$	3.420	533 milyon \$
AVRUPA (AB-28)	513.2 milyar €	-	44 milyar €
Birleşik Krallık	-	-	2.9 milyar £
Fransa	-	16.500	5.6 milyar €
İskoçya	-	-	117.4-239 milyon £
Kanada/Quebec	-	10.000	1.2 milyar CAD
Yeni Zelanda /Güney Adası	106.6 milyon \$	1472	76.1 milyon \$

Kaynak: Çelik Uğuz ve Özbek, 2018.

Çizelge 6'da gelişmiş ülkelerde bisiklet turizminin değeri görülmektedir. Değerler incelendiğinde; ABD'de bisiklet ekonomisi 133 milyar \$ iken; Avrupa'da 513.2 milyar €; Yeni Zelanda'da ise 106.6 milyon \$ olduğu görülmektedir. Bisiklet turizminin değeri ise sırasıyla ABD (96.7 milyar \$), Avrupa (44 milyar €) ve Yeni Zelanda (76.1 milyon \$) şeklindedir.

2.7. Bisiklet Turisti Kavramı

Bisiklet turisti, tatilinde bisikleti ulaşım aracı olarak kullanan ve bisiklet sürmeyi tatilin en önemli parçası sayan kişidir (Simonsen and Jorgenson, 1998). Bu tanıma bakılarak, boş zaman değerlendirme ve spor amaçlı bisiklet kullanan kişiler bisiklet turisti olarak nitelendirilmemektedir. Başka bir tanıma göre, rekreasyonel bisiklet turistlerinin asıl amacı boş zamanları anlamlandırarak ikamet ettiği yerden konaklamalı veya günübirlik geziler gerçekleştirmektir (Sustrans, 1999). Bu tanıma göre; boş zaman aktivitesi olarak bisiklet kullanan kişiler de bisiklet turisti kapsamına alınmaktadır. Danimarka'da bisiklet turistleri üzerine yapılan bir araştırma sonucunda şöyle bir tanım yapılmıştır: Herhangi bir ülkenin vatandaşlığına sahip ve tatilinde ulaşımında ilk tercihi bisiklet olan turistlerdir (Simonsen and Jorgenson, 1998). Böylece kiralık bisiklet ile geceleyecekleri alanın çevre keşfini yapan kişiler de bisiklet turisti kabul edilmektedir. Daha kapsamlı bir tanımda bisiklet turisti; tatil, rekreasyon, dinlenme ve spor amacıyla yapılan günübirlik gezilerden, uzun süreli gezilere kadar kişinin aktif bisiklet kullanıcısı olduğu ya da bisiklet etkinliklerinde izleyici olabileceği ziyaretler şeklinde tanımlanmaktadır (SATC, 2005). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi sadece bisiklet süren veya aktivitesini gerçekleştiren kişilerin bisiklet turisti sayılmadığı, bisikletle ilgili yapılan her türlü seyahati yapan kişilerin de bisiklet turisti kapsamına alındığı söylenebilir.

Bisiklet turistleri, bisiklet kullanım zamanlarına göre sınıflandırılmıştır (Ritchie, 1998). Bu sınıflandırmada bağımsız ve rekreasyonel bisiklet turistleri olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bağımsız bisiklet turisti, gezi veya tatil amaçlı 24 saatten veya bir gecedan az olmayacak şekilde konakladığı yerden uzaklaşan ve bisikleti ulaşım aracı olarak kullanan kişilerdir. Bu turistler devamlı olarak bisikleti kullanan, tek ulaşım aracı bisiklet olan ve bisiklet kullanmayı deneyim kabul eden kişilerdir. Aynı zamanda bu turistlerin tatilleri, seyahat acentesi ve tur operatörleri tarafından düzenlenebildiği gibi bireysel olarak da düzenlenebilmektedir. Rekreasyonel bisikletçiler ise boş zamanı değerlendirmek ve bisikleti kullanmak amacı ile evinden uzakta 24 saatten veya bir gecedan az sürede aktivite gerçekleştiren turistlerdir. Bu turistlerin bisikleti ara sıra kullandığı, tatillerinde ulaşım aracı olarak bisiklete nadiren başvurdukları söylenebilir. Ticari olarak organize edilen turlar; ulaştırma, konaklama ve ek turistik hizmetlerin en az ikisinin bulunduğu, buna göre

fiyatın belirlendiği, zaman olarak ise gecelik veya daha uzun zaman dilimini kapsayan turların tamamıdır (Ritchie, 1998).

2.7.1. Bisiklet Turistlerinin Özellikleri

Bisiklet turisti çeşitli peyzajları içeren, yerel halkın kültürüyle etkileşime giren ve yerel yemeklerin tadını çıkararak turist olarak tanımlanabilir. Bisiklet turistleri; bisiklet altyapısının gelişimini ve bu gelişimle eş zamanlı olarak bisiklet turizmi sektöründe hizmet sunan işletmeleri harekete geçirerek yerel ekonomiye katkı sağlayan kişilerdir. Bu noktada, bisiklet turistleri destinasyona katkısı ile cazip hale gelmektedir. Öyle ki bisiklet turistinin özelliklerinin iyi bilinmesi çalışmalara ve yatırımlara yön vermektedir. Genel olarak bisiklet turisti (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018):

- İyi eğitim almış ve yüksek gelir sahibi,
- Tüm yaş gruplarına hitap etse de çoğunlukla orta yaş grubunda olan,
- Sıklıkla arkadaş grupları ve aile üyeleri ile bireysel seyahat eden,
- Bağımsız olarak rehberli veya rehbersiz turlara katılan,
- Doğayı seven, çevreyi koruyan ve kültürü önemseyen,
- Doğal ve kültürel mirasa ilgi duyan, yerel toplumun kültürünü benimseyen,
- Özellikle kırsal alanları ve trafiğin az olduğu yolları kullanan,
- Yerel turistik mekânları tercih eden ve yerel ürünler satın alan,
- Fazla harcama eğiliminde olan kişi ve kişilerdir.

Bisiklet turistlerinin özelliklerinin bilinmesinin yanı sıra istek ve ihtiyaçlarının da bilinmesinin yapılan çalışmalara hız kazandıracığı tahmin edilmektedir.

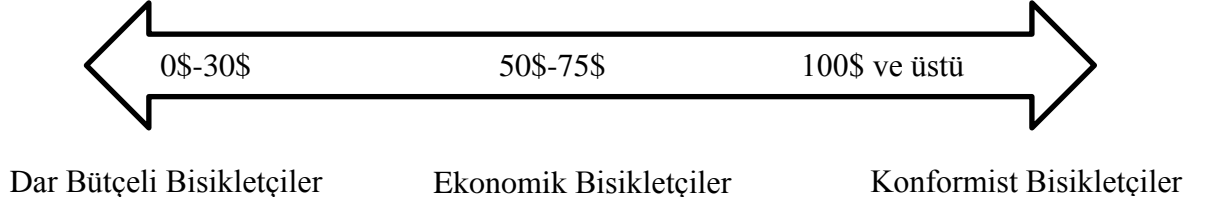
Bisiklet turistlerinin yaşı ve cinsiyeti ne olursa olsun bisiklet sürmek ve bisiklet destinasyonunu tercih etmek için bazı sebepleri vardır. Bu sebepler;

- Bisiklet sürmeyi bir ihtiyaç kabul edip çok uzun yollar kat etmemek, en fazla 4 km yol uzunluğunda bisiklet sürme aktivitesini gerçekleştirmek,
- Üzerindeki kötü enerjiyi atmak isteyen kişilerin evlerinin yakınlarındaki dağlık bölgeleri tercih etmesi,
- Haftada bir kez bisiklet sürenlerin gezi yapmak ve arkadaş ortamında sosyalleşmek için bisiklet sürmesi,
- Birkaç gün veya haftalarca süren uzun sürüşleri kapsayan, ikamet edilen yer dışında bisiklet destinasyonuna gitme ihtiyacının doğmasıdır (Gantar, Kocis, and Pehnac, 2012).

Böylece bisiklet turizmi gerçekleştirilirken, bisiklet turistlerinin ihtiyaç ve beklentileri ile destinasyonu ziyaret etme sebeplerini bilmek çalışmalara yön vermektedir. Bu çalışmalar doğrultusunda da bisiklet turizmi değer kazanmaktadır.

2.7.2. Bisiklet Turistinın Profili ve Bölgelere Ekonomik Katkısı

Bisiklet turisti profili, tatillerini geçirdiği bisiklet türüne göre dağ, yol ve turist bisikletçileri olarak gruplandırılmıştır (Gantar, Kocis and Pehnac, 2012). Bir diğer çalışmada bisiklet turistinin profili, ekonomik duruma göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma;



Şekil 3. Bisiklet Turu Katılımcılarının Harcamalara Göre Sınıflandırılması
Kaynak: Beierle, 2011.

Şekil 3 incelendiğinde dar bütçeli bisikletçilerin 7 gün x 30 \$ = haftada 210 \$ harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Bu harcamalara göre dar bütçeli bisikletçiler günlük ortalama $30 \$ / 2 = 15 \$$ harcamaktadır. Bu bağlamda dar bütçeli bisikletçiler gelir seviyesi düşük turistler olarak nitelendirilmiştir. Ayrıca bu turistler konaklama tercihlerini ekonomik anlamda uygun olan kamp alanlarından yana kullanan ve genel olarak ihtiyaçlarını yanında taşıyan bireyler olarak gruplandırılmıştır. Ekonomik bisikletçiler ise, dar bütçeli bisikletçilerden daha fazla, konformist bisikletçilerden ise daha az harcama yapan turistler olarak nitelendirilmiştir. Bu turistlerin konaklama tercihleri kamp ve pansiyon olarak değişmektedir. Son olarak konformist bisikletçiler, 7 gün x 75 \$ = haftada 525 \$ ortalama harcama yapan bireylerdir. Bu harcamalara göre konformistler günlük ortalama $100 \$ / 2 = 50 \$$ harcamaktadır. Bu bağlamda konformist bisikletçiler gelir seviyesi yüksek ve harcama yapmaktan kaçınmayan turist olarak da nitelendirilmektedir. Çalışma sonucunda konformist bisikletçilerin dar bütçeli bisikletçilere göre, kısa gün turu yapıp, harcamalarını kasabalarda gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır.

Bisiklet turistlerinin, bisiklet etkinliğinin düzenlendiği bölgelere ciddi bir ekonomik katkı sağladığı bilinmektedir. Bu bilinenin aksine, diğer turist türlerine göre bisiklet turistlerinin daha az para harcadığı ve küçük bir pazar olduğu, bununla birlikte ekonomik katkı sağlamadığı da savunulmuştur (BFA, 1999). Ancak yapılan araştırmalarda bu savunmanın gerçeği yansıtmadığı aksine bisiklet turistlerinin diğer turistlere göre daha fazla harcama yaptığı ortaya çıkmıştır.

Avrupa genelinde geceleme yapan bisikletçilerin, günlük 57.08 €, gezi başına 439 € (ortalama kalış süresi 7,7 gün) harcadığı; bu harcamaların %40'ının konaklama (23 €),

%30'unun yiyecek ve içecek (17 €) ve %30'unun diğer harcamalardan oluştuğu görülmektedir (17 €). Günübirlik bisikletçiler ise 15.39 € harcama yaparken bu oranın %60- 75'ini yiyecek içecek harcamaları oluşturmaktadır (Weston vd., 2012).

ABD'nin Montana Eyaleti'nde turistler ortalama 6.2 gece konaklayıp günlük 69.12 \$ harcamasına rağmen, bisiklet turistleri 8 gece veya daha fazla kalmakta olup günlük kişi başı 75 \$- 102 \$ arasında bir harcama yapmaktadır. Bu durum bisiklet turistinin eyalet için önemini ortaya koymaktadır (Nickerson vd., 2014).

Kanada'nın Quebec eyaletinde bisiklet turistleri yılda toplam 15 gün seyahat etmekte ve günlük ortalama 100 \$ harcamaktadırlar. Bu oran, diğer turistlerin yaptığı günlük ortalama 52 \$ harcama ile kıyaslandığında bisiklet turistlerinin diğer turistlere göre daha karlı olduğu görülmektedir (Quebec, 2001).

Avustralya'da ise bisiklet turistlerinin ortalama 16 gece konaklama yaptığı ve seyahat başına harcamalarının 2,373 AUD \$ olduğu; diğer turistlerin ise ortalama 1492 AUD \$ harcadığı tespit edilmiştir. Böylece bisiklet turistlerinin diğer turistlere göre daha fazla harcama yaptığı kanıtlanmıştır (Roy Morgan Research, 2006).

Nickerson 2013 yılında Montana'da bisiklet turu yapan kişilerin günde ortalama 58 \$ harcadığını ve kalış sürelerinin de ortalama 6 gün olduğunu tespit etmiştir (TNYT, 2016).

Bisiklet turistleri, özellikle kırsal alanlarda gelişim sağlayıp büyüyen turizm pazarını temsil etmektedir. Öyle ki kırsal alanlarda bisiklet turistlerinin diğer turistlere kıyasla daha fazla harcama yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin, 1997'de C2C rotasını 10.000'den fazla bisiklet turistinin kullandığı tespit edilmiş ve bu rotada kişi başı 100 € harcanarak yerel ekonomiye yaklaşık 1,1 milyon € katkı sağlanmıştır (Fullagar and Pavlidis, 2012; Gantar, Kocis and Pehneec, 2012; Nicholls, 2015; Sustrans, 1999).

Bisiklet turizmi kapsamında seyahat eden turistlerin her şey dâhil kapsamındaki tatil paketlerinden %40 daha fazla para harcadıkları tespit edilmiştir (Sputnik Türkiye, 2017). Bu durum, bazı kişiler tarafından bisiklet turistlerinin, "Tekerlekli Cüzdan" olarak nitelendirilmesine neden olmaktadır (Velespitim, 2018). Bunun sebebi ise, bisiklet

turistlerinin gidecekleri yerlere ihtiyaçları olan ürünleri gtrememelerinden dolayı gittikleri alandan ihtiyaçlarını karşılaması, böylelikle daha fazla harcama yapmalarıdır.

Ekonomik getirisi dışında bisiklet turizmi ve turistinin katkıları şu şekilde açıklanabilir (Fullagar and Pavlidis, 2012; Gantar, Kocis and Pehnec, 2012; Nicholls, 2015; Sustrans, 1999):

- Bisiklet turistleri, yerel köy dkknları ve yerel ürünlerin satıldığı yerlerden daha fazla satın alma eylem gerçekleştirmekte ve kırsal tabanlı konaklama işletmelerini tercih etmektedir.
- Bisiklet turizmi, çevreye, doğaya asgari düzeyde etki sağlamasından dolayı sürdürülebilir bir turizm şeklidir.
- Bisiklet turizmi, çoğunlukla kullanılan kaynaklardan yararlanılarak yapılan bir turizm çeşididir. Örneğin; lke şeritleri ve ara yolların kullanılması gibi.
- Bisiklet turizmi, gereksiz veya terk edilmiş kaynaklar için alternatif kullanım sağlayabilmektedir. Örneğin, kullanılmış demiryolu hatları bisiklet aktivitesinin gerçekleştirilmesi için uygun alan olarak nitelendirilmektedir.
- Bisiklet turizmi, ziyaretçilerin bisiklet kullanımını teşvik ederek trafik yönetiminde önemli rol oynamaktadır.
- Bisiklet turizmi, hem bölgede ikamet eden yerel halk hem de turistler için trafik sorununu en aza indirgemektedir.
- Bisiklet turizmi, bireylere bölgeyi ziyaret etmeleri için yeni teşvikler sağlamakla birlikte yeni turist tipleri çekmeye yardımcı olmaktadır.
- Bisiklet turizmine katılımın devlet tarafından cesaretlendirilmesi durumunda birçok kişi tatilde eğlence amaçlı kullandığı bisikleti farklı amaçlarla kullanarak bisiklete yönelebilir.

- Bisiklet turizminin geliştirilmesi, yerel halk için imkânların da iyileştirilmesine yardımcı olabilir. Bisiklet turizmine yönelik yapılan teşvikler yerel halka da yarar sağlamaktadır.
- Bisiklet turizmi, kişisel sağlık, zindelik ve günlük hareketi arttırmakla birlikte bireyleri gündelik hayatın stresinden uzak tutmaktadır.
- Bisiklet turları, günlük bisiklet kullanımını da teşvik eder.
- Bisiklet festivalleri, doğal ve kültürel mirası paylaşmaktan dolayı yerel halk ve bisikletçiler için gurur kaynağıdır.
- Cazip etkinlikler kapsamında hizmetler sunarak kısa sürede fazla talep oluşturabilmektedir.
- Bisiklet, çeşitli endüstrilerin gelişmesine de imkân sağlamaktadır.

Bu özelliklerden yola çıkarak, bir bölgede bisiklet kullanımı ve bisiklet turizmi gelişmiyorsa bunun belli başlı nedenlerinin olduğu söylenebilir. Bu nedenler; bisiklet kullanımını teşvik eden uygulamalar, bisiklet bağlantı ağları, bisiklet altyapısının eksikliği, altyapı için finans eksikliği, yerel topluluklar ile ulusal otoriteler arasında entegrasyonun olmamasının yanı sıra bisiklet kuruluşları ile ilgili hizmet işletmeleri arasında işbirliğinin ve uçak, tren vb. gibi ulaşım araçlarının bisiklet turistlerine yeterli ilgi ve ayrıcalığı göstermemesi şeklinde sıralanabilir (Gantar, Kocis, and Pehneç, 2012).

2.8. Bisiklet Etkinliklerinin Düzenlendiği Bölgelere Ekonomik Katkısı

Bisiklet etkinlikleri, bisikleti kullanmak isteyen bireylerin yeni deneyimler kazanmasını sağlayan kimi zaman küçük kimi zaman büyük organizasyonlar şeklinde düzenlense de; eğlenmek, yeni yerler keşfetmek ve yeni kişiler tanımak gibi ortak amaçlar ile bireyleri buluşturan etkinlikler şeklinde tanımlanabilir. Diğer ifadeyle bisiklet etkinlikleri, belirli bir bölgede başlayıp farklı bölgelerde devam eden, belirli zaman aralığında ve kurallar dâhilinde insanları bir araya getiren etkinliklerdir (Getz and Page,

2016). Aynı zamanda bisiklet etkinlikleri, düzenlendiği destinasyonun gelişim ve pazarlamasında da önemli yer tutmaktadır (Getz, 2008). Dolayısı ile bisiklet turları ve festivalleri (özellikle de bisiklet yarışları), destinasyonların pazarlama stratejisinin bir unsuru olarak kabul edilmekte ve etkinliklerin düzenlendiği topluluklara sosyal, kültürel ve ekonomik faydalar sağlamaktadır (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018).

Bisiklet etkinlikleri, bölge halkının yaşam kalitesini arttırmaktadır (Kim and Petrick, 2005). Bisiklet etkinlikleri; kendi içerisinde tur, festival ve yarış olarak sınıflandırılmaktadır.

2.8.1. Bisiklet Turları

Bisiklet turu herhangi bir deneyim gerektirmeyen, bisiklet kullanan kişilerin bir gününü ya da belirli saatini değerlendiren veya hafta sonu gezilerini kapsayan, kişilerin günlük motorlu taşıt veya toplu taşıma araçlarından uzak kalarak kendini dinlendirdiği bir aktivitedir. Dünyada bisiklet turlarına Orta Finlandiya Bisiklet Turu, Arctic Coast Bisiklet Turu, Estonya ve Letonya Bisiklet Turu, İsviçre Şampiyonası Bisiklet Turu, Fransa Loire Vadisi Bisiklet Turu, Güney Afrika Bisiklet Turu, Handangerfjord Bisiklet Turu, Fiyort Bisiklet Turu, Sunnhordland Norveç Bisiklet Turu örnek verilebilir.

Bisiklet turu, kendi içerisinde üç alt başlığa ayrılmaktadır. Bunlar (Bicycle Touring Pro, 2018):

1) Yol Turu: Genel olarak döşeli yollarda ve bisiklet yollarında gerçekleşen, bazen de çakıllı yollarda veya tek parkurlarda bisiklet sürmeyi içeren bisiklet turudur. Yol turu, bazen geleneksel bisiklet turu olarak da bilinmektedir. Yol turu kendi içerisinde de üç alt başlıktan oluşmaktadır. Bunlar:

A. Rehberli Bisiklet Turu: Deneyimli bir bisiklet tur rehberi ile şirket tarafından belirli ücret karşılığında yol boyunca eşyaların taşınması (gıda, giyim, vb.) için araç ile hizmet veren kişilerin bulunduğu bisiklet turudur. Genellikle bu

bisiklet turu 2 ile 20 kişilik gruplardan oluşmaktadır. Bu turda harcamalar tur şirketine göre değişmekte olup, harcamaların geneli bisikletçiler tarafından karşılanmaktadır.

B. Kendi Kendine Rehberli Bisiklet Turu: Rehberli bisiklet turlarına benzemekle birlikte, bu turda konaklama ve yiyecek içecek harcamaları tur tarafından karşılanmaktadır. Rehberli bisiklet turundan tek farkı rehberli tur veya bagaj taşıyıcı destek bulunmamasıdır. Kendi kendine rehberli bisiklet turları tek kişiden veya sayı sınırlaması olmayan gruplardan oluşmakta ve rehberli bisiklet turuna göre daha düşük maliyeti bulunmaktadır.

C. Kendini Destekleyen Bisiklet Turu: Tek başına seyahat etmeyi ve uzun sürelerce yetecek ihtiyaçların taşınmasını gerektiren bisiklet turudur. Bu tur genelde ‘geleneksel bisiklet turu’ veya ‘tam yüklemeli bisiklet turu ’ olarak da bilinmektedir. Bu turda konaklama ve yiyecek içecek hizmet harcamaları bireysel tercihlere göre değişmektedir.

2) Bisiklet Paket Turları: Uzun mesafeleri temel ilke edinen bu tur dağ bisikletiyle en iyi kombinasyonu sunan bisiklet turudur. Bisiklet paket turları, çakıllı yollarda ve tek parça parkurlarda off-road bisikletlerden oluşmaktadır.

3) Organize Turlar: Yolculuk boyunca deneyimli bir bisiklet tur rehberinin eşliğinde gerçekleşen bir turdur. Plan ve rezervasyon tamamen tur şirketinin tercihine kalmıştır.

2.8.2. Bisiklet Festivalleri

Festival, belirli tarih aralığında düzenlenen (bir günde olabilir birden fazla gün de sürebilir) katılımcı ve izleyicileri olan etkinlikler olarak tanımlanabilir. Bisiklet festivali, aylar önce planlaması yapıp, belirli bir bütçesi olan, hizmet sektörünün sunumlarıyla zenginleştirilmiş ve insanların bir araya gelerek iletişim kurduğu etkinlikler olarak

tanımlanabilir. Nitelikli bir bisiklet festivali düzenlenirken dikkat edilmesi gereken belirli hususlar bulunmaktadır. Bunlar (Bisikletizm, 2018):

Bütçe Planı: Festivali organize eden bireylerin ücretleri, katılımcıların konaklayacakları alan, yiyecek içecek gibi giderlerin karşılanması için devlet veya özel şirketlerin sponsorluğu kapsamında bir bütçe tasarlanmalıdır. Festival, sadece organizatörlerin değil düzenlendiği yerde ikamet eden halk, kamu kuruluşları, hizmet sektörleri ve tüm bisiklet paydaşlarının iş birliği ile organize edilmelidir.

Destinasyon Seçimi: Bisiklet ile farkındalık yaratmak isteyen şehirlerde bisiklet festivallerinin düzenlenmesi, festivalin gerçekliğini ve amacını ortaya koymaktadır. Aynı şekilde ulaşım alternatifleri her gelire hitap eden konaklama, yiyecek içecek gibi hizmetlerin varlığı destinasyon seçimini etkileyen faktörlerdir.

Tarih Seçimi: Bisiklet festivalinin düzenleneceği tarih iyi ayarlanmalıdır. Bir başka festival tarihiyle aynı güne gelmesi engellenmelidir. Bu kapsamda dikkat edilmesi gereken husus ise aşırı sıcak ve soğuk havalardan kaçınılarak ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinin tercih edilmesidir.

Reklam ve İletişim: Bisiklet festivali düzenlenirken önem verilmesi gereken hususlardan birisi de reklam ve iletişimdir. Başarılı ve sürekli bir festival düzenlenmesi için sosyal medya (facebook, instagram, twitter vb. gibi) hesaplarının aktif kullanılması tavsiye edilmektedir. Aynı şekilde el ilanları ve afişlere bütçe ayrılarak bisiklet festivalleri tanıtılmalıdır.

2017 yılında Dünyada başarıyı yakalayan ve en fazla bisiklet turisti çeken bisiklet festivalleri Çizelge 7' de gösterilmiştir.

Çizelge 7. 2017 Yılında Dünyada Düzenlenen Bazı Bisiklet Festivalleri

Bisiklet Festivalleri	Düzenlendiği Yer	Düzenlendiği Ay	Web Sitesi
Berkönig Swiss Vintage Cycling Festival	İsviçre	26-27 Ağustos	https://www.bergkoenig-gstaad.com
Mountain Mayhem	İngiltere	16-18 Haziran	http://www.mountain-mayhem.com
La Médocaine VTT	Fransa	19-20 Mayıs	http://medocainevtt.com
Eroica Britannia	İngiltere	16-18 Haziran	https://eroicabritannia.co.uk
Bike Festival Garda Trentino	İtalya	28 Nisan-1 Mayıs	https://riva.bike-festival.de
Tour de Yorkshire	İngiltere	28-30 Nisan	https://letour.yorkshire.com
Aber Cycle Fest	İngiltere	22-30 Mayıs	http://www.abercyclefest.co.uk
Girona Cycling Festival	İspanya	12-18 Haziran	http://gironagranfondo.com
Edinburgh Festival of Cycling	İngiltere	8-18 Haziran	https://edfoc.org.uk
Keswick Mountain Festival	İngiltere	8-11 Haziran	http://www.keswickmountainfestival.co.uk
Ipoh Cycle Fest	Malezya	23-30 Nisan	http://ipohcyclefest.com
Tennessee Smoky Mountains Bike Tour	ABD	27-29 Nisan	https://veloviewbiketours.com
Fast America South	ABD	28 Nisan-25 Mayıs	http://americabybicycle.com
Texas Leakey Hill Country Bike Tour	ABD	4-6 Mayıs	https://veloviewbiketours.com
Tennessee Tour de Farms	ABD	11-13 Mayıs	https://veloviewbiketours.com
Moscow – St. Petersburg (Three capitals of Russia)	Rusya	12-20 Mayıs	http://www.rctc.ru
Alabama's Magnificent Bicycle Adventure	ABD	19-25 Mayıs	http://www.ambal.com
Horsey Hundred	ABD	25-27 Mayıs	http://www.bgcycling.org

Kaynak: Active Traveller Explore Your World, 2017; Cycling Festival Europe, 2016; Bike Tour Network, 2018'den derlenmiştir.

Çizelge 7 incelendiğinde, ilgili turistlerin düzenlenen bisiklet festivallerinden haberdar olabilecekleri ve festival etkinliklerine ulaşabilecekleri, bisiklet festivallerinin kendine özgü web sayfalarının bulunduğu görülmektedir. Türkiye’de bisiklet festivalleri 2012 yılından itibaren sayıca artmış ve bu konudaki çalışmalar hız kazanmıştır. 2012 yılında, antik kentlerin geçmişten günümüze taşıdığı kültürleri yerinde görmek ve turla birlikte bisiklet, tarih ve doğa sevgisini güçlendirmek amacıyla Az Bilinen Antik Kentler Turu organize edilmiştir. Bunun dışında, Konya, Afyon, Eskişehir, Nevşehir, Edirne ve Antalya gibi farklı şehirlerde de festivaller düzenlenmiştir. Yıllara göre Türkiye’de düzenlenen bisiklet festivallerinin sayısı Çizelge 8’de gösterilmiştir.

Çizelge 8. Yıllara Göre Türkiye’de Düzenlenen Bisiklet Festivallerinin Sayısı

Yıllar	Sayı
2012	11
2013	24
2014	31
2015	46
2016	42
2017	27

Kaynak: Bisiklet Rotaları, 2017’den derlenmiştir.

Yıllara göre düzenlenen bazı bisiklet festivalleri iki yıl düzenlenirken bazıları üç yıl bazıları da beş yıl düzenlenmiştir. Kimi festivaller aynı adı bir sonraki yıla taşıırken kimi ise yeni adlandırma ile bir sonraki yıl etkinliğini gerçekleştirmiştir. Çizelge 8 incelendiğinde bisiklet festivalleri Türkiye’de en parlak dönemini 2015 yılında yaşamıştır. Yıllara göre festival sayılarında azalma ve artış görülmektedir. Bu durum, ülkede yaşanan terör olayları gibi olumsuzlukların meydana gelmesiyle açıklanmaktadır.

Türkiye’deki festivallerde dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan birisi şüphesiz zaman ayarlamasıdır. Festival tarihlerinin birbirlerine çok yakın olmaması ve aynı tarihlerde gerçekleşmemesi için özenli bir program hazırlanmalı ve diğer festivallerin

programları yakından takip edilmelidir. Diğer dikkat edilmesi gereken husus ise Türkiye'deki bisiklet festivallerinin tanıtımına daha fazla zaman harcanmasıdır.

Bölge halkı ve ülke genelindeki kişilerin haberdar olmadığı bir bisiklet festivalinin başarılı olamayacağı ve varlığını koruyamayacağı bir gerçektir. Türkiye'de 2017 yılında düzenlenen bisiklet festivallerine ilişkin bilgiler Çizelge 9'da gösterilmiştir.

Çizelge 9 incelendiğinde, Türkiye'de düzenlenen bisiklet festivallerinin birçoğunun kurumsal web sayfası kullanmadığı görülmektedir. Bilgilendirmeler bisiklet turistlerinin takip edebileceği sosyal medya (Facebook) sayfaları ile yapılmaktadır. Bisiklet festivallerinin devamlı ve sorunsuz birer festivale dönüşmesi için kurumsal web sayfalarının bulunması elzemdir.

Çizelge 9. 2017 Yılında Türkiye’de Düzenlenen Bisiklet Festivallerine İlişkin Bilgiler

Bisiklet Festivalleri	Yer	Ay	Festival Giriş Ücretleri	Katılımcı Sayısı	Web Sitesi
Çanakkale Bisiklet Turu	Çanakkale	25-26 Mart	120	3.500	www.canakkalebisikletturu.com
Calypso Sports Antalya Bisiklet Festivali	Antalya	6-9 Nisan	190	120	---
Fethiye Bisiklet Festivali	Muğla	21-23 Nisan	240	150	---
Az Bilinen Antik Kentler Bisiklet Turu	İzmir	22-25 Nisan	130	120	azbilinenantikentlerturu.org/?lang=tr
Manisa Mesir Bisiklet Festivali	Manisa	28-30 Nisan	100	160	manisabisikletfestivali.com
III. Köyceğiz Bisiklet Festivali	Muğla	28 Nisan-1 Mayıs	300	100	---
102. Yılda 101 İsbidoslu Bisikletçi Çanakkale’de	Çanakkale	29 Nisan-1 Mayıs	100	102	---
Yenice Bisiklet Festivali	Karabük	5-7 Mayıs	150	150	yenicefest.com
Eskişehir Velesbid Festivali	Eskişehir	5-7 Mayıs	120	150	www.velesbid.org
Frig Vadileri Bisiklet Turu	Antalya	6-7 Mayıs	130	300	---
Trakya’nın Üç Ülkesi Bisiklet Turu	Edirne	3-7 Mayıs	200€ (1000)	18	www.edosk.org
Burhaniye Bisiklet Festivali	Balıkesir	18-21 Mayıs	150	150	---
2. Hürpedal Ortaca Bisiklet Festivali	Muğla	11-14 Mayıs	190	270	---
11. Gökova Bisiklet Festivali	Muğla	16-20 Mayıs	330	300	---
Durgun Sulara Yolculuk Bisiklet Festivali	Burdur	18-21 Mayıs	75	185	---
İzmir Pedallarımın Altında Bisiklet Festivali	İzmir	19-21 Mayıs	135€ (525)	100	---
IV. Mersin Caretta Bisiklet Festivali	Mersin	19-21 Mayıs	20	150	mersinbisikletligezginler.org.tr

Çizelge 9'un devamı

Bisiklet Festivalleri	Yer	Ay	Festival Giriş Ücretleri	Katılımcı Sayısı	Web Sitesi
Malatya Bisiklet Festivali	Malatya	5-9 Temmuz	100	31	---
Mersin Bisiklet Festivali	Mersin	6-9 Temmuz	120	115	---
II. Çameli Uluslararası Bisiklet Festivali	Denizli	21-23 Ağustos	125	44	www.cameli.com.tr/bisiklet
I. Adana Kızıldağ Dağ Bisikleti Festivali	Adana	25-27 Ağustos	75	70	---
Keşan- Saros Körfezi Dağ Bisikleti Festivali	Edirne	8-10 Eylül	125	200	---
Kuruluştan Kurtuluşa Bisiklet Turu	Bilecik	9-15 Eylül	Ücretsiz	120	---
Yüzyıllık Macera Bisiklet Turu	Bursa	21-24 Eylül	Ücretsiz	200	bubidosd.org.tr
II. Çukurova Kültür Ve Bisiklet Festivali	Adana	28-29 Ekim	20	200	---
4. Bartın Bisiklet Festivali	Bartın	12-15 Ekim	100	210	www.pedaldaslar.org/tag/4-bartın-bisiklet-festivali
Köyceğiz Güz Günleri Bisiklet Festivali	Muğla	26-29 Ekim	250	105	---

Kaynak: Çelik Uğuz ve Özbek, 2018; Bisiklet Festivalini düzenleyen kişilerden derlenmiştir.

Türkiye’de 2012–2017 yılları arasında düzenlenen bisiklet festivallerinin aylara göre dağılımı Çizelge 10’da gösterilmiştir.

Çizelge 10. 2012 – 2017 Yılları Arasında Türkiye’de Düzenlenen Bisiklet Festivallerinin Aylara Göre Dağılımı

Yıllar	Aylar											
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2012	---	---	---	1	3	5	---	1	4	1	---	---
2013	---	---	1	3	4	6	2	1	3	2	1	---
2014	---	---	---	3	6	2	---	6	5	3	---	---
2015	---	---	---	7	19	4	2	5	6	4	---	---
2016	---	---	---	7	12	6	2	4	8	4	---	---
2017	---	---	1	5	10	---	3	2	3	3	---	---
Toplam	---	---	2	26	54	23	9	19	29	17	1	---

Kaynak: Bisiklet Rotaları, 2018’den derlenmiştir.

2012-2017 yılları arasında Türkiye’de düzenlenen bisiklet festivallerinin aylara göre dağılımını gösteren Çizelge 10 incelendiğinde bisiklet festivalleri için en uygun tarihlerin sıcak ve soğuk aylar değil, daha çok bahar dönemlerinde olduğu görülmektedir. Böylece bisiklet festivalleri havaların ısınmasıyla birlikte hareketlilik göstermektedir (Janiskee, 1995). Yine Çizelge 10 incelendiğinde, en fazla sayıda festivalin Mayıs ayında (54), en az sayıda festivalin ise Mart (2) ve Kasım (1) aylarında yapıldığı görülmektedir. Aralık, Ocak ve Şubat aylarında ise bisiklet festivali düzenlenmemektedir.

2012-2017 yılları arasında düzenlenmiş bisiklet festivallerinin bölgelere göre dağılımı ise Çizelge 11’de gösterilmiştir. Buna göre bisiklet festivallerinin en yoğun düzenlendiği bölge Ege Bölgesi’dir. Ege Bölgesi’ni takip eden diğer bölgeler ise sırasıyla; Marmara Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi’dir. Güney Doğu Anadolu Bölgesi’nde ise bisiklet festivallerinin neredeyse hiç düzenlenmediği görülmektedir. Bu sonuç, bisiklet festivallerinin kıyı bölgelerinde daha yoğun gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Kıyı

kesimlerde bisiklet festivallerinin daha fazla düzenlenmesinin sebebi; coğrafi koşul ve iklim şartlarının uygunluğunun yanı sıra bisiklet altyapı ve üstyapısının diğer bölgelere göre daha fazla gelişmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Çizelge 11. 2012 – 2017 Yılları Arasında Türkiye’de Düzenlenen Bisiklet Festivallerinin Bölgelere Göre Dağılımı

Yıllar						
Bölgeler	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ege	7	7	11	20	11	9
Marmara	4	5	6	7	10	7
Akdeniz	1	6	5	8	11	7
Karadeniz	1	2	3	3	4	2
İç Anadolu	2	1	2	6	4	1
Doğu Anadolu	---	2	3	1	1	1
Güney Doğu Anadolu	---	---	1	---	1	---

Kaynak: Bisiklet Rotaları, 2018’den derlenmiştir.

2.8.3. Bisiklet Yarışları

Türkiye’de düzenlenen bisiklet yarışlarından en önemlisi Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu’dur. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu’nun tarihsel gelişimine bakıldığında, turun çok eskilere dayandığı, günümüzde ise niteliğini ve kalitesini arttırarak dünyaca bilinen önemli bir bisiklet turu haline geldiği söylenebilir.

Çizelge 12 Türkiye’de Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu’nun 1963 yılından bu yana tarihsel gelişimini kronolojik olarak göstermektedir.

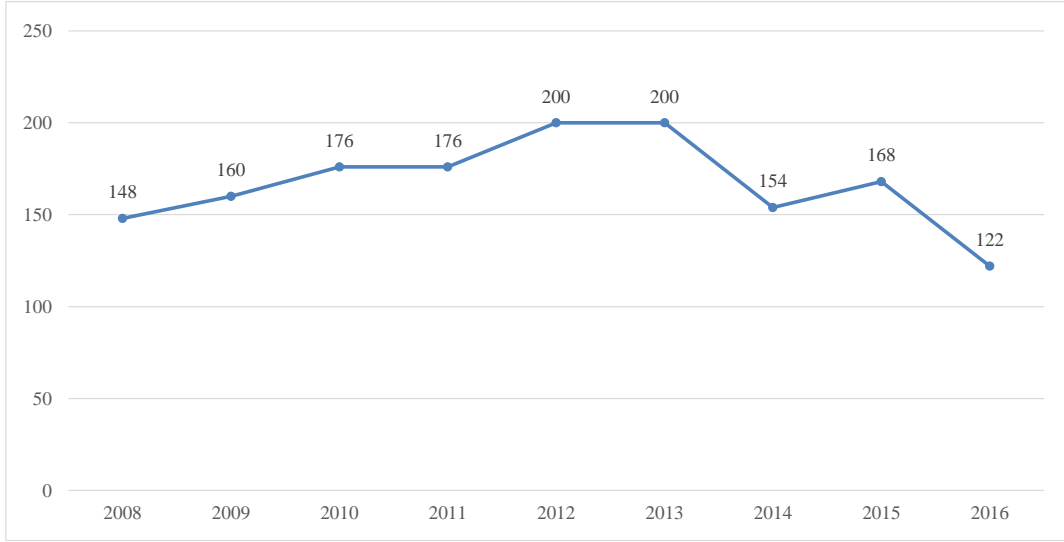
Çizelge 12. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu Kronolojisi

1963	1. Marmara Turu olarak düzenlenmiştir.
1964	2. Marmara Turu ilk yıl olduğu gibi bu yıl da ulusal katılımın gerçekleşmesi ile faaliyetine devam etmiştir.
1965	1. ‘Uluslararası Marmara Turu’ adıyla uluslararası kimlik kazanarak Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu’nun başlangıç yılı olarak kabul edilmektedir. Bu tarihten itibaren bu etkinliğin Cumhurbaşkanlığı himayesine girmesi anlamında fikirler sunulmuş ve bunun üzerine çalışmalar yapılmıştır.
1966	Uluslararası Marmara Turu bu yıldan itibaren Cumhurbaşkanlığı Uluslararası Marmara Bisiklet Turu adını almıştır.
1968	Tur’un isminden ‘Marmara’ ifadesi kaldırılarak Türkiye vurgusu yapmak amacıyla ‘Cumhurbaşkanlığı Türkiye Turu’ olarak adlandırılmıştır. Türkiye Turu olarak nitelendirilen turun ilk yılı bu yıldır.
1971	4. Cumhurbaşkanlığı Uluslararası Türkiye Bisiklet Turu olarak gazetelerde yer almış ve Marmara Turu adıyla 9. yılı iken, ilk kez Uluslararası gerçekleştiği düşünülürse bu yıl 7. yıldır.
1972	“8. Cumhurbaşkanlığı Uluslararası Türkiye Bisiklet Turu” olarak gazetelerde yer alıp, sonraki yıllarda bu sıralama izlenmiştir.
2017	UCI tarafından World Tour kategorisine yükseltilen tur 53. defa faaliyet gerçekleştirerek niteliğini arttırmaktadır.

Kaynak: Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, 2018’den derlenmiştir.

Günümüzde World Tour kategorisine yükselen Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu, dünyanın tek kıtalararası bisiklet turu olma özelliği ile her yıl dünyaca ünlü sporcu ve takımların katılımıyla aktivitesini yarım yüzyıldan fazla bir süredir gerçekleştirmektedir. Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu’nun yıllara göre katılımcı sayısı Şekil 4’te gösterilmektedir.

Şekil 4 incelendiğinde, Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu'na en fazla katılımın 2012 ve 2013 yıllarında olduğu görülmektedir. 2016 yılında görülen yüksek düşüşün sebebi; açıklanan takvimde gecikme yaşanması ve ülkede yaşanan terör olaylarının katılımcı sayısını olumsuz şekilde etkilemesidir. Ayrıca 2008 yılından itibaren Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu, dünyada 160 milyon evde izlenmeyi başarmıştır (Karagöz, 2016).

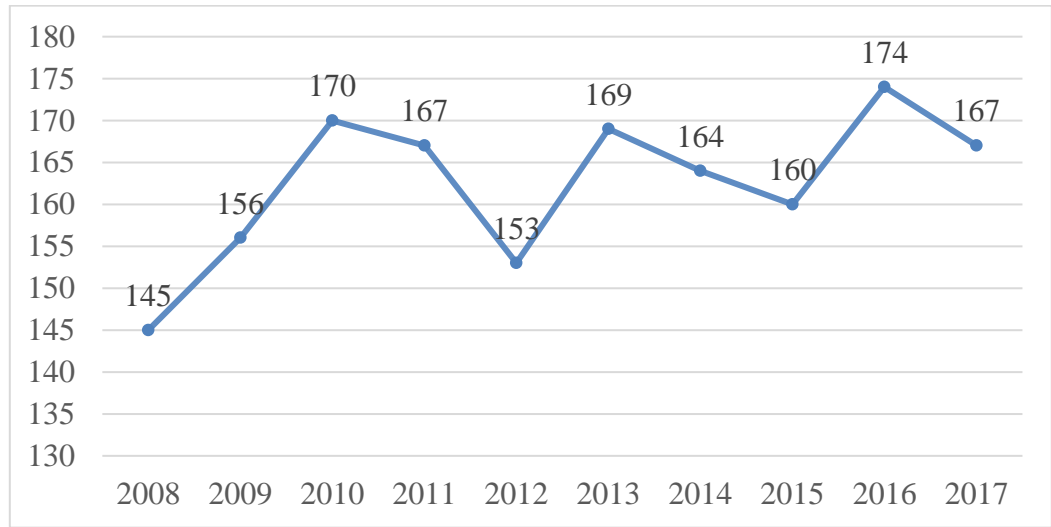


Şekil 4. 2008-2016 Yılları Arasında Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu Katılımcı Sayısı

Kaynak: Karagöz, 2016.

Dünyada marka haline gelmiş en prestijli bisiklet turu Tour de France'dır. Tarihi eskiye dayanan Tour de France, niteliğini ve katılımcı sayısını geliştirerek 104. kez faaliyeti gerçekleştirmiştir. Dünyaca ünlü bu tur, 21 aşamadan oluşmakta ve üç haftayı geçen bir süreyi kapsamaktadır. Tour de France; ilk olarak 1903'te gazete satışlarını arttırmak için düzenlenmiştir. 2. Dünya Savaşı'nda 10 yıl verilen ara dışında kesintisiz devam eden Tour de France, ünlü bir bisiklet yarış etkinliği olarak nitelendirilmektedir (ASO, 2011). Kurucusu Henri Desgrange olup, insanların hayal güçlerini yakalamak amacıyla rakiplerin sınırlarını zorlayıp bunun üzerine çalışmalar yapmıştır (Gaboriau, 2003). Bu çalışmaların tanıtımı; dağlık yollara giderek (2645m) yapılmış ve diğer ırklardan ayrılmak

için 1905 yılında Le Tour bünyesine dâhil edilmiştir (Thompson, 2008). Tour de France zamanla yarış sporlarının en önemli organizasyonu olup, önemi gün geçtikçe artan bir tur haline gelmiştir. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra popülaritesini arttıran turun, son yıllarda ulusal ve uluslararası niteliği pekiştirilerek etapları İtalya'yı ve İsviçre'yi kapsayacak şekilde düzenlenmiştir. Bu tur, ülkelerin spor kanallarında, faaliyetlerini gerçekleştirdiği üç haftadan daha fazla süre boyunca canlı olarak yayınlanmakta ve en fazla izlenen spor organizasyonu konumunu sürdürmektedir.



Şekil 5. 2008-2017 Yılları Arasında Tour De France Bisiklet Turu Katılımcı Sayısı

Kaynak: ASO, 2011'den derlenmiştir.

Şekil 5'te 2008 – 2017 yılları arasında yapılan Tour de France'ın katılımcı sayıları gösterilmektedir. En düşük yılın 2008, en yüksek yılın ise 2016 olduğu görülmektedir. Dünyaca ünlü bu tur genellikle 7 Temmuz'da başlayıp 29 Temmuz'da sona ermektedir. Yaklaşık 3.600 km'yi kapsayan tur, 21 etaptan oluşmaktadır (Terret, 2005). Tüm bu özelliklerinin yanı sıra Tour de France, halka açık yollarda gerçekleşmesinden dolayı özellikli benzersiz bir faaliyettir (Palmer, 2010).

2.8.4. Bisiklet Etkinliklerinin Ekonomik Katkıları

Bisiklet turizmi; yerel topluma ve çevreye duyarlı olması, sağlığın korunması ve kullanılmayan alanların faaliyete geçmesini sağlaması gibi özelliklerinden dolayı yatırımcıları bu alana teşvik etmektedir (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018). Bu bağlamda bisiklet turizminin sosyal, çevresel, sağlık gibi faydalarının yanı sıra istihdam alanında artış gösterebilecek bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Bisiklet turizmi, ülkeler için gelir ve istihdam yaratarak ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır (BFA, 1999).

Bisikletin en popüler olduğu şehirlerden birisi İsviçre'dir. İsviçre'deki bisiklet turistlerinin harcamaları Çizelge 13'te gösterilmiştir.

Çizelge 13. 2012 Yılında İsviçre Bisiklet Turistlerinin Harcamaları

Harcamalar (Milyon €)	Günlük Geziler (€)	Kısa Süreli Geziler (€)	Tatil (€)	Toplam (€)
Yiyecek-içecek	45	9	18	72
Ulaşım	14	3	9	26
Konaklama	-	10	25	35
Diğer	3	1	4	8
Toplam	62	23	56	141

Kaynak: Çelik Uğuz ve Özbek, 2018.

Çizelge incelendiğinde bisiklet turistlerinin günlük gezilerde ortalama 62 \$, kısa süreli gezilerde 23 \$, tatilde ise 56 \$ harcadığı görülmektedir. En fazla harcamaların sırasıyla; yiyecek içecek, konaklama, ulaşım ve diğer kalemler olduğu görülmektedir. İskoçya'da bisiklet etkinliklerinin ekonomik değerini ortaya çıkartmak için hazırlanan bir raporda; toplam 17 etkinliğin ekonomik getirisi tespit edilmiştir. Bu rapora göre; gününbirlik olmayan bisiklet turistleri 75,05 € harcarken gününbirlik turistlerin 18,68 € harcama yaptığı ortaya konmuştur (Zovko, 2013). Benzer bir çalışma ise, ABD'de 2008 yılında düzenlenen Missouri Bisiklet Turu'dur.

Çizelge 14, 2008 yılında düzenlenen Missouri bisiklet turunun katılımcı sayısı ve harcamalarını göstermektedir.

Çizelge 14. 2008 Yılında Düzenlenen Missouri Bisiklet Turu Katılımcı Sayısı ve Harcamaları

Seyirciler	Harcamalar (milyon \$)	Katılımcı Sayısı
Yurt Dışından Gelenler	15,6	434.000
Ülkenin Diğer Şehirlerinden Gelenler	10,4	
Bölgenin Yerel Halkı	3,8	
Toplam	29,8	

Kaynak: Kashian and Kasper, 2010'dan derlenmiştir.

Missouri bisiklet turu, yedi aşama boyunca yaklaşık 434 bin seyirci ile gerçekleştirilmiştir. Bu etkinliğin toplam getirisi 29,8 milyon \$'dır. Yapılan çalışma sonucunda, bölge dışından gelen bireylerin ortalama gelirinin 95,338 \$, yerel halkın ortalama gelirinin ise 81,905 \$ olduğu ortaya çıkmıştır (Kashian and Kasper, 2010). Buna göre Missouri Turu'nun seyircileri gelir seviyesi yüksek bireylerden oluşmaktadır.

Çizelge 15. Wisconsin Raporundaki Etkinliklerin Ekonomik Etkileri

Turlar	Ekonomik Etki (milyon \$)
Great Annual Bicycle Adventure Along the Wisconsin River	3,7
Sprocket's Annual Great Bicycle Ride Across	6,2

Kaynak: Weigand, 2008'den derlenmiştir.

Wisconsin raporundaki etkinliklerin ekonomik etkilerini gösteren Çizelge 15 incelendiğinde, 2004 yılında düzenlenen iki ayrı bisiklet etkinliğinin ekonomik etkisinin yaklaşık 10 milyon \$ olduğu görülmektedir. Bu çalışma kapsamında ziyaretçilerin günlük ortalama harcamalarının 57-60 \$ arasında değiştiği tespit edilmiştir. Aynı raporda yer alan Colorado'daki bisiklet turları 640 bin \$ katkı sağlarken, 2006 yılında Portland'da yapılan

çalışmada ise bisiklet etkinliklerinin toplam 7.169.630 \$ ekonomik katkı sağladığı tespit edilmiştir (Weigand, 2008).

Çizelge 16. 2012 Yılında İskoçya’da Düzenlenen Bisiklet Etkinliklerinin Katılımcı Sayısı ve Ekonomik Etkisi

Etkinlikler	Katılımcı Sayısı	Ekonomik Etki (£)
TweedLove Bike Week	1200	780,000
Highland Perthshire Cycling Festival	7773	2,136,000
Ride of the Falling Rain	135	26,000
Tour O’ Borders	400	31,000
Cycle Fun Day	1550	68,000
Big Kirkcaldy Bike Day	400	19,000
Ullapool Sportive	500	86,000
Pedal for Scotland	16000	1,028,000
BealachMor	1430	423,000
BealachBeag	726	209,000
Skye Sportive	328	124,000
Stewartry Sportive	468	137,000
Galloway reCycle Sportive	554	139,000
Solway Sportive	380	64,000
The Mull Cyclo sportive	370	129,000
Cairngorm Classic	195	154,000
Tour the Forth	1000	80,000
Toplam	33.409	5,633.000

Kaynak: Zovko, 2013.

Çizelge 16, 2012 yılında İskoçya’da düzenlenen bisiklet etkinliklerinin katılımcı sayısını ve ekonomik etkisini göstermektedir. İskoçya’da düzenlenen 17 bisiklet etkinliğinin toplam katılımcı sayısının 33.409 kişidir. Toplam katılımcıların harcamaları ise (5,633,000 Sterlin) 6 milyon 420 bin €’dur. Bu rakamlara bisiklet turistlerinin ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek ve diğer harcamalarının yanı sıra etkinlik giriş ücretleri de dâhil edilmiştir.

Büyük ya da küçük organizasyonlarla düzenlenen bisiklet etkinlikleri bir bölgeye ekonomik katkı sağlamaktadır. Dolayısı ile etkinliklerin sosyal medyada yer alması, katılımcı/izleyici sayısını arttırırken beraberinde harcamaların artmasına da katkı sağlamaktadır (Chalip, Green and Hill, 2003). 2011 yılında düzenlenen İngiltere Turu'nun sosyal medyada duyurulması ile 12.500 kişilik bir katılım ve 1 milyon € katkı sağlanmıştır (Zovko, 2013).

Ziyaretçi harcamaları, bisiklet etkinliklerinin bir bölgeye ekonomik anlamda etkisini tahmin etmede yardımcı olmaktadır. Sustrans Scotland raporuna göre 2015 yılı içerisinde İskoçya'da bisiklet turizminin değerinin toplam 393 milyon \$ olduğu, bunun 132 milyon \$'ının bisiklet turistlerinden; 254 milyon \$'ının ise ev sahibi şehrin bölgelerinden gelen ziyaretçilerden kaynaklandığı ortaya konmuştur (Zovko, 2013). İskoçya'nın bir başka büyük bisiklet etkinliği olan Pedal for Scotland, 2015 yılında 2.848 katılımcı ile 1.262.693 \$ ekonomik katkı sağlamıştır (Zovko, 2013).

Çeşitli şehirlerde düzenlenen dünyaca ünlü festival ve turların, katılımcı ve izleyici sayısı ile söz konusu bu etkinliklerin ekonomik etkisi Çizelge 17'de gösterilmektedir.

Çizelge 17. Dünyaca Ünlü Bazı Bisiklet Etkinliklerinin Katılımcı/İzleyici Sayısı ve Ekonomik Etkisi

Bisiklet Etkinlikleri	Ülke/Şehir	Katılımcı/İzleyici Sayısı	Ekonomik Etkisi
<i>Cape Town Cycle Tour</i> (1978 - =>)	Güney Afrika	35.000	-
Cyclone Festival of Cycling (2007 - =>)	Birleşik Krallık	-	1.5 milyon £
Register's Annual Great Bicycle Ride Across Iowa/RAGBRAI (1973 - =>)	ABD	10.000	16.9 milyon \$
Taiwan Cycling Festival (2010 - >)	Tayvan	-	140 milyon NT \$

Çizelge 17'nin devamı

The Lake Taupo Cycle Challenge/LTCC (1977 - =>)	Yeni Zelanda	7.000 bisiklet yarışçısı +	5.2 milyon \$
Tour de France (1903 - =>)	Fransa	2 milyar	-
Tour de France Grand Depart/TDFGD (2007)	Londra	900.000 - 1.4 milyon	-
Tour de Georgia (2003 - =>)	ABD	2.3 Milyon	26 milyon \$
Tour Down Under (1999 - =>)	Avustralya	795.000	49.6 milyon \$
Tour of Flanders (1992 - =>)	Belçika	16.000	240 bin €

Kaynak: Çelik Uğuz vd., 2018.

Pensilvanya'nın Cambria ve Indiana şehirlerinde bisiklet kullanıcılarının ekonomik katkısını ortaya çıkartmak için günlük harcamaların tespit edildiği bir çalışmanın verileri Çizelge 18'de görülmektedir.

Çizelge 18. Cambria ve Indiana Bölgelerinde Bisiklet Turistlerinin Harcamaları

	Günlük Harcama	Konaklama	Toplam Harcama
Ghost Town	\$13.62	\$78.04	\$91.66
Town Trail	\$13.00	\$75.00	\$98.00

Kaynak: Beierle, 2011.

2012'de Avustralya'da düzenlenen Gran Fondo bisiklet etkinliği o bölgeye 4 milyon \$'lık bir ekonomik katkı sağlamıştır (Wollongong, 2012).

Amerika Birleşik Devletleri'nin TransAm bölgesinde en köklü bisiklet turlarından biri olan, Cross Country Bisiklet Turunda yapılan katılımcı harcamaları, konaklama, yiyecek, diğer toplam harcama miktarı olarak Çizelge 19'da verilmiştir.

Çizelge 19. ABD' de düzenlenen Cross Country Bisiklet Turu Katılımcı Harcamaları

	Konaklama (\$)	Yiyecek (\$)	Diğer (\$)	Bir Günlük Toplam Harcama(\$)
	0	15.75	-	15.75
	0	18.54	-	18.54
	0	24.21	2	26.21
	0	23.5	7.99	31.49
	0	11	-	11
	0	12	2.58	14.58
	5	14.75	1.73	21.48
	5	30.04	-	35.04
	8	6.19	2	16.19
	8.64	13	4.5	26.14
	10	31.29	0.75	42.04
	12	39.03	34.5	85.53
	28.89	18.04	17.35	64.28
	28.89	45.65	-	74.54
	41	16	3	60
	42.12	34.2	4.97	81.29
	48.6	24.83	-	73.43
	53.5	12.5	20	86
	54.9	43.53	4.23	102.68
	56.16	48.22	-	104.38
	59.4	57.61	12.33	129.34
	76.32	35.97	-	112.29
	117.72	22.62	-	140.34
Toplam	662.14	621.31	120.95	1404.4

Kaynak: Beierle, 2011.

Çizelge 19 incelendiğinde, harcamalar en azdan en fazlaya doğru sıralanmaktadır. Konaklama sütununda yer alan '0' ifadeleri tanıdık bireylerde kalma veya çadır gibi ücret ödenmemiş konaklamaları ifade etmektedir. Ayrıca konaklama yapmadan turu bitiren

yani günübirlik katılımcıları da kapsamaktadır. ‘Diğer’ sütunu ise eğence, bisiklet için giderler ve hediyeelik gibi harcamaları ifade etmektedir. Bu sıralama incelendiğinde en fazla harcamaların sırasıyla konaklama, yiyecek ve diğer olduğu görülmektedir (Beierle, 2011).

2.9. Bisiklet Festivallerine Katılan Bisiklet Turistlerinin Kişilik Özellikleri

2.9.1. Kişilik Kavramı

Bireylerin satın aldıkları ürünler kişiliğe göre değişiklik gösterebildiği gibi, katıldıkları aktivitedeki harcamaların kişilik özelliklerinden etkilendiği de sylenabilir. Kişilik, bir insanın kendine has belirgin özelliğinin soyut görüntüsüdür. Bir başka ifadeyle kişilik, bireyin toplumdaki diğer insanların yanında göstermiş olduğu davranış özellikleridir (Morgan, 1999). Kişiliğin oluşmasında doğuştan gelen özellikler başta olmak üzere; sosyal evre, aile, coğrafi ve fiziksel şartların yanı sıra birçok faktör etkili olabilmektedir (zbek vd., 2014). Böylece kişilik, sadece bireye özgü davranışları değil yaşadığı toplumun ortak özelliklerini de yansıtmaktadır (Morgan, 1999). Kişilik, bireyi diğer bireylerden ayıran önemli özelliklerden biridir.

Araştırmacılar tarafından uzun yıllar boyunca yapılan çalışmalar sonucunda kişilikle ilgili çeşitli boyutlar ortaya çıkmıştır. Kişilik özelliklerini ortaya çıkartmak amaçlı ilk çalışma, 1936 yılında Allport ve Odbert tarafından yapılmıştır. Raymond Cattel 1946 yılında bu çalışmanın biraz daha üzerinde durarak 16 temel kişilik (ketumluk, gerginlik, baskınlık, sıcakkanlılık, duyarlılık, ihtiyatlılık, soyut düşünme, kendini sorgulama, değişime açıklık, mükemmeliyetçilik, kendine yeterlilik, strese dayanıklılık, girişkenlik, canlılık, problem çözme, kurallara bağlılık) zelliğini ortaya çıkartmıştır. Böylece bu çalışma ile Cattel, beş faktör modelinin ilk halini ortaya koymuştur. Daha sonra 1949 yılında Fiske, Cattel’in bu çalışmasının üzerinde durmuş ve bazı yanılmaların olduğu kanısıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada, 16 faktörden oluşan temel kişilik özelliklerinin aslında 5 faktör (Dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve yeniliklere açık olma) olarak açıklanıp tanımlanabileceğini ileri srmştur. Ancak modele son halini 1963 de Warren Norman vererek beş faktör kişilik özelliğini

ortaya çıkartmıştır. 1980'lerin sonlarına doğru "beş faktör modeli" nin kişilik ile ilgili karmaşık durumların düzenlenmesi konusunda kullanışlı olması fikrinde ortak karara varılmıştır (Deniz ve Erciş, 2008).

2.9.2. Beş Faktör Kişilik Modeli

Bu model isminden de anlaşılacağı üzere kişilik kavramını beş alt boyutla açıklamaktadır. Bunlar;

Dışa Dönüklük: Beş faktör kişilik modelinin ilk boyutu dışa dnklktr. Dışa dönüklük; bireyin sosyallik, cana yakınlık ve sıcakkanlılığını ifade eden boyuttur. Bu boyut girişkenlik, atılganlık, heyecan arama ve pozitif duygular ile yaşamaya daha eğilimli bireyleri tanımlamakta olup, hayatını mutlu olacağı işleri yaparak yaşamayı ilke edinmiş kişileri kapsamaktadır.

Dışa dönük bireyler; genel olarak sosyal yaşamda aktif olmayı seven ve kararlılığından emin olan, gerek yabancılar arasında gerekse tanıdık ortamlarda konuşan ve kalabalık ortamları seven kişiler olarak nitelendirilmektedir. Dışadönük kişilik boyutunda olan kimseler, yeni kişiler ile iletişim kurmaya ve tanışmaya açık olan kimselerdir (Lounsbury and Gibson, 2006). Böylece bu kişilik özelliğine sahip bireyler, kalabalık ortam ve grupları sevmekle birlikte aktif olarak faaliyetlerde yer almayı hedefleyen kişilerdir (Costa and McCrae, 1992; Loveland, 2004).

Uyumluluk: Modelin ikinci boyutu ise uyumluluktur. Uyumluluk, bireyin bir toplumda ya da yapılan toplu iş birliklerinde sivrilmek ya da farklılaşmak yerine daha uyumlu olmasını ifade etmektedir. Bu kişiliğe sahip olan bireyler; arkadaş canlısı, yardımsever, cömert ve hoşgrl olma gibi birçok özelliğe sahiptir (Deniz ve Erciş, 2008). Bu boyut, kişiler arasındaki ilişkiler ile ilgilidir. Bu kişilik özelliğine sahip bireyler; insanları dinlemeyi, onların ihtiyaçlarını, isteklerini ve beklentilerini anlayıp karşılama konusunda yardımcı olmayı, hatta onları motive ederek insanlarla iyi iletişim kurmayı seven bireylerdir.

Uyumluluk, tanışmadığı herhangi bir ortamda iletişim kurup anlaşarak buldukları ortamdaki hoşnut olan bireylerin sahip olduğu özelliklerden birisidir. Uyumlu kişiler birlikteliğe önem verirler. Böylece insan ve insan gruplarının var olduğu yerlere katılmaktan zevk alırlar. Uyumlu bireyler, faaliyetlerde kişiler arasındaki kavga ve kargaşayı en aza indirerek, organizasyonların pozitif şekilde sonuçlanmasını sağlamaktadır.

Sorumluluk: Modelin üçüncü boyutu ise sorumluluktur. Sorumluluk, yaşadığı veya yaşayacağı an için herhangi bir konu ve durum karşısında tedbirli davranma ve dikkatle hareket etme şeklinde tanımlanabilir. Sorumluluk bilinci gelişmiş bireyler, hayatın her alanında bu özelliği ilke edinmiş kişilerdir. Sorumluluk doğuştan gelen bir yetenek değil, zamanla insanların gelişimi ile oluşan bir özelliktir. Dolayısıyla sorumluluk sahibi bireyler; sıkıntılara ve problemlere bağlı kalmayıp, amaca ulaşacağı planlar yaparak ve her olumsuzlukta pes etmeyip hedefe ulaşan kişilerdir. Bu kişiler toplum tarafından zeki ve güvenilir olarak da nitelendirilir (Özbek vd., 2014). Toplum tarafından güven duyulan bu bireylere kişilerin bakış açısının da pozitif olacağı ve onlarla rahatça iletişim kurabilecekleri söylenebilir. Ayrıca sorumlu bireyler; görev veya yükümlülüklerinin farkında olan, diğer bireyleri disipline edebildiği gibi kendi kendini de disipline eden kişilerdir (Çınar, 2011).

Sorumluluk boyutu; belirli bir hedefe yönelik plan yapan, hedefe ulaşırken yaşanan sıkıntılara sabreden, kendini motive edebilen, yapılacak organizasyonlarda görev alma bilincindeki bireyleri kapsamaktadır (Morgan, 1999).

Nevrotiklik: Modelin dördüncü boyutu nevroitiklik olup bu boyut anlam olarak olumsuzluğu ifade etmektedir (Özbek vd.,2014). Bu boyutun olumlu ifadesi ise duygusal dengedir. Stresli yaşam ve günlük hayatın getirileri insanların tek bir işten ziyade daha fazla iş ile ilgilenmesini zorunlu kılmıştır. Duygusal anlamda hassas olan bireylere bu yük fazla geldiği gibi, bir işi sonuçlandıramama ihtimalleri de artmıştır. Duygusal denge, olumsuz olay ve durumlara takılıp kalmayıp onlarla başa çıkmayı sağlamaktadır. Nevrotiklik ise, bireyin yaşadığı olay/durum karşısında endişe, kızgınlık ve düşünmeden hareket etmeyi ifade etmektedir (Tatlıhoğlu, 2014). Nevrotik kişilik özelliğine sahip

bireylerin tepkilerini kontrol altına alamayıp, zorluklar karşısında pes etmeleri sık sık görülmektedir (Ordun, 2005).

Nevrotiklik düzeyi yüksek olan bireyler; genel olarak endişeli, güvensiz, öfkeli, alıngan bireyler olarak tanımlanırken, düşük olan bireyler daha rahat, duygusal anlamda dengeli, stresli ortamlarda daha sakin kalabilen ve durumlar karşısında dengeli davranan, kendine güvenen, çoğunlukla pozitif durum sergileyen bireyler olarak tanımlanmıştır (Costa and McCrae, 1995; Somer vd., 2002).

Deneyime Açıklık: Modelin son boyutu deneyime açıklıktır. Açıklık, bireyin kendini, fikirlerini izah edebilme ve görüşlerini açıkça anlatabilme kabiliyetidir (Tatlılıoğlu, 2014). Deneyime açık kişiliğe sahip bireyler; zeki, hayal gücü kuvvetli, zengin kelime dağarcığına sahip ve anlatımı kuvvetli, yaratıcılığa ve yeniliğe açık olan kişiler şeklinde tanımlanabilir. Buradan hareketle bu özelliğe sahip bireylerin, değişikliği kolayca kabullendikleri de söylenebilir. Deneyime açıklık düzeyi yüksek olan bireyler; yeni fikirler üreten, maceracı, sanata karşı ilgili üretken bireyler olarak değerlendirilirken, deneyime açıklık düzeyi düşük olan bireyler ise tutucu, sabit fikirli, yeniliği kabullenemeyen hatta yeniliğe kapalı bireyler olarak nitelendirilmektedir (Benet-Martinez and John, 1998; Costa and McCrae, 1995; Somer vd., 2002).

Yukarıda beş faktör kişilik boyutlarının tanımlarına yer verilmiştir. Bu kişilik boyutlarının nitelendiricileri ise Çizelge 20’de gösterilmiştir.

Çizelge 20. Beş Faktör Kişilik Boyutlarının Nitelendiricileri

Boyutlar	Derece	Belirleyiciler
Dışa Dönüklük	Yüksek	Konuşkan, maceracı, sosyal, enerjik, neşeli
	Düşük	Sessiz, ılımlı, sıradan, durgun, bağımsız
Uyumluluk	Yüksek	Kıskanç olmayan, yardım sever, diğerlerini dikkate alan
	Düşük	Sinirli, kıskanç, negatif düşünen, rekabetçi, kendini dikkate alan
Sorumluluk	Yüksek	Titiz, sorumluluk sahibi, sıradan, dakik, amacı olan, güvenilir
	Düşük	Dikkatsiz, güvenilmez, işleri yarım bırakan, hayalci
Nevrotiklik	Yüksek	Endişeli, gergin, sinirli, dengesiz, adapte olmayan
	Düşük	Kendi kendine yeten, uysal, dengeli, sarsılmaz
Deneyime Açıklık	Yüksek	Zevk sahibi, bağımsız düşünen, hayal gücü kuvvetli, sosyal, düşünceli
	Düşük	Sanatsal olmayan, düşüncesiz, sıkılgan, sosyallikten uzak

Kaynak: Madran ve Akdoğan, 2010.

3. YÖNTEM

Bu bölümde 23-25 Mart 2018 tarihleri arasında gerçekleşen Çanakkale Bisiklet Festivaline katılan bisiklet turistleri üzerinde yürütülen saha çalışmasının analizleri sunulmaktadır.

3.1. Araştırmanın Değişkenleri ve Hipotezleri

Bu bölümde, araştırmanın değişkenlerine ilişkin hipotezler verilmiştir. Bu çalışmada Çanakkale Bisiklet Festivali'ne katılan bisiklet turistlerinin harcamalarının kişilik özelliklerine göre değişip değişmediğini tespit ederek demografik özelliklere göre bu harcamaların farklılık gösterdiğini ortaya çıkartmak hedeflenmiştir. Araştırmada kullanılan tüm hipotezler alan yazın taraması ile gerekçelendirilerek, çalışmanın ana amacı doğrultusunda kurgulanmıştır. Araştırma hipotezlerinin bir bölümü turistlerin bisiklet festivali kapsamında yapacağı harcamaların, demografik özelliklere göre farklılaşacağını ön görmektedir. Konu ile ilgili yapılan çalışmalardan Zorturk'un (2009) gerçekleştirdiği çalışmada, kadınların festival turizmi kapsamında yaptığı harcamaların erkeklere göre daha fazla olduğu ve bu fazlalığın konaklama, barınma ve özel ihtiyaç harcamaları kanalları ile oluştuğu bulunmuştur. Bu çalışmada da Zorturk'un (2009) çalışmasından hareketle; festival turizmi kapsamında yapılan harcamaların cinsiyete göre farklılık oluşturacağı düşünülerek aşağıda belirtilen H_{1a} hipotezi kurulmuştur. Aynı şekilde konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, Sustrans tarafından (1999) yapılan bir çalışmada harcamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu çalışmada da harcamaların yaş gruplarına göre farklılık göstereceği düşünülerek H_{1c} hipotezi kurulmuştur. Benzer şekilde Çuhadar vd.'nin (2014)'de yapmış olduğu çalışmada gelir ve eğitim durumuna göre harcamaların değiştiği ve bu değişimin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda gelir ve eğitim durumuna göre bisiklet festivallerindeki harcamaların farklılık göstereceği düşünülerek H_{1b} ve H_{1d} hipotezleri kurulmuştur. H₁ hipotezi ve alt hipotezleri, benzer bir çalışma olan Çuhadar vd.'nin 2014'de yapmış

olduğu çalışmadan esinlenilerek, bisiklet festivallerindeki harcamaların demografik özelliklere göre farklılık göstereceği varsayımından hareketle kurulmuştur.

H1:Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları bazı demografik özelliklere göre değişiklik göstermektedir.

H1a: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1b: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1c: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.

H1d: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Çuhadar vd. (2014)'nin yapmış olduğu bir çalışmada, şenliğe katılan kişilerin konakladığı gün sayısı ve katıldığı kişi sayısına göre harcamalarının farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da harcamaların bisiklet festivallerinde konaklanan gün sayısı ve birlikte katılan kişi sayısına göre farklılık göstereceği düşünülerek H2 ve H3 hipotezleri kurulmuştur.

H2: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları festival sürecinde konakladığı gün sayısına göre farklılık göstermektedir.

H3: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları, festivale birlikte katıldığı kişi sayısına göre farklılık göstermektedir.

Farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin farklı satın alma eğilimleri bulunmaktadır. Dal ve Eroğlu'nun (2015) yapmış olduğu farklı kişilik özelliklerinin farklı satın alma davranışına neden olabileceğini gösteren çalışmadan esinlenerek, bisiklet festivallerine katılan bireylerin kişilik özelliklerinin festivalde yapacakları harcama miktarını etkileyeceği düşünülmüştür. Bu varsayım kapsamında H4, H5, H6, H7 ve H8 hipotezleri kurulmuştur.

H4: Beş faktör kişilik özelliklerinden dışa dönüklüğün bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H5: Beş faktör kişilik özelliklerinden deneyime açıklığın bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

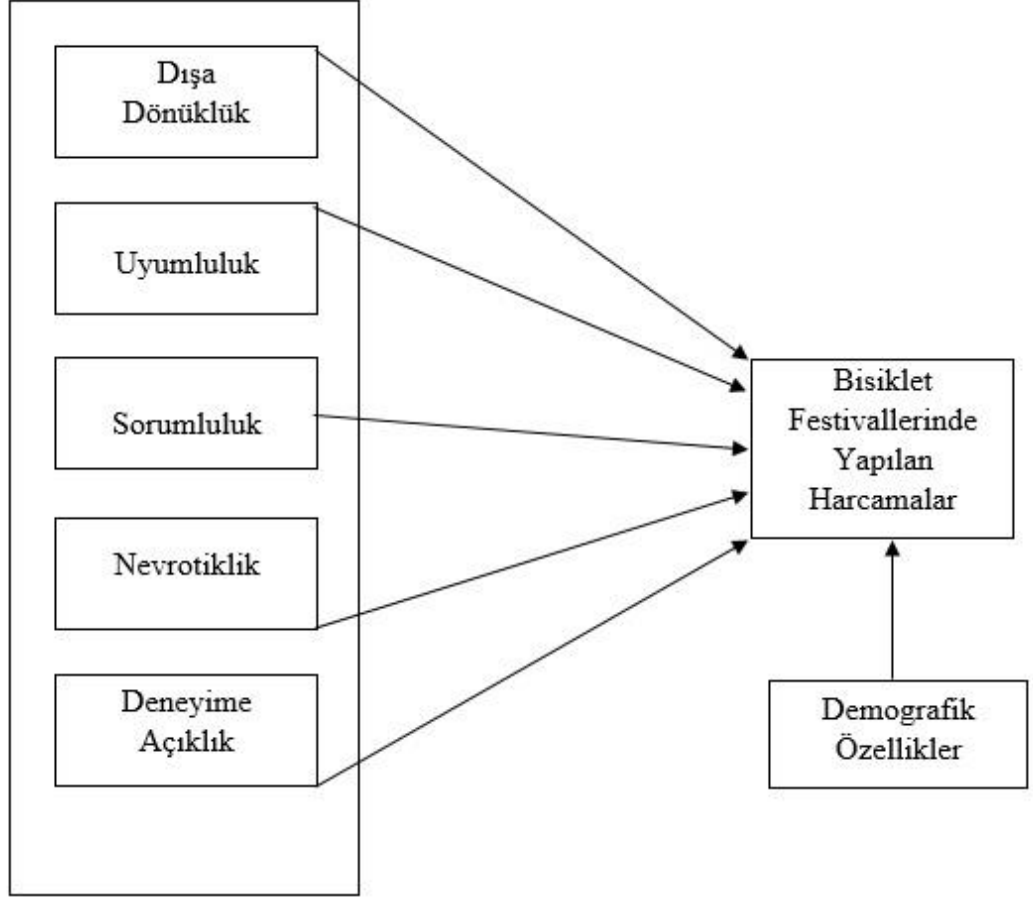
H6: Beş faktör kişilik özelliklerinden uyumluluğun bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H7: Beş faktör kişilik özelliklerinden sorumluluğun bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H8: Beş faktör kişilik özelliklerinden nevrozluğun bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

3.2. Araştırmanın Teorik Modeli

Araştırmanın amacına göre oluşturulan teorik modelde, bisiklet festivaline katılan turistlerin kişilik özelliklerinin (dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevrozlu ve deneyime açıklık) bisiklet festivallerindeki harcamaları üzerindeki etkisi bir model yardımıyla tahmin edilmiştir. Ayrıca katılımcıların festivalde yaptığı harcamaların demografik özelliklerine göre değiştiği düşünülmüştür. Araştırmanın teorik modeli Şekil 6'da gösterilmektedir.



Şekil 6: Araştırmanın Teorik Modeli

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın ana kütlesini, Çanakkale Bisiklet Festivaline katılan bisiklet turistleri oluşturmaktadır. Çalışmada ana kütleye ulaşmadan önce beş faktör kişilik özelliği maddelerinin güvenilirliği üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklem üzerinde sınanmıştır. Bu anket, kolayda örnekleme yöntemi ile 150 öğrenci üzerinden yürütülmüştür. Pilot çalışmada elde edilen veriler faktör analizine tabi tutulmuş; analiz sonucunda sekiz ifadeden oluşan dışa dönüklük boyutunun üç ifadesi farklı faktörlere yüksek düzeyde faktör yüküyle yüklenmesi nedeniyle ölçekten çıkartılmıştır.

Araştırmanın ana çalışması, 23-25 Mart 2018 tarihlerinde düzenlenen Çanakkale Bisiklet Festivaline katılan bisiklet turistleri arasından güdümlü örnekleme yöntemi ile belirlenen bir kitle üzerinde gerçekleştirilmiştir. Güdümlü örnekleme yöntemi, araştırma çerçevesinde evreni temsil eden örneklem yerine, evrenin bir kesimini seçerek uygulanan yöntemdir. Güdümlü örnekleme yönteminin kullanıldığı çalışmalarda evrenin tamamından değil, araştırma problemini en belirgin yansıttığı düşünülen gruptan veri toplanılır (Sencer ve Sencer, 1978). Bu doğrultuda araştırma problemini belirgin şekilde yansıttığı düşünülen ve katılımcı sayısı 3.500 olan Çanakkale Bisiklet Festivali seçilmiştir. Ana çalışmanın örneklem sayısı zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle 300 kişi ile sınırlanmıştır. Çanakkale Bisiklet Festivali süresi boyunca 300 kişiye ulaşılmış olup, eksik ve hatalı anketlerin çıkarılması ile 291 kişi üzerinden çalışma yürütülmüştür.

3.4. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümünde demografik özelliklere yönelik sorular ve bisiklet festivalleri ile ilgili açık uçlu ve kategorik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Beş Faktör Kişilik Özellikleri ölçeğine ilişkin sorular yer almaktadır. Bu bölümde beşli likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılan 27 ifade bulunmaktadır. Bu derecelendirme; 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir. Ölçek olarak, Goldberg (1999) tarafından geliştirilen IPIP Personality Inventory ölçeğinin Sudak ve Zehir (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve geçerliliği incelenmiş 30 soruluk versiyonu kullanılmıştır. Bu çalışmada 30 sorunun üçü ön çalışma aşamasında farklı faktörlere yüklendiğinden dolayı ölçekten çıkartılmış, 27 soru üzerinden çalışma yapılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma için geliştirilen anket formundan elde edilen verilerin analize uygun olup olmadığı ve analiz sonuçları için SPSS 20.0 (Statistical Package for the Social Sciences) programından faydalanılmıştır. Tahmin edilen teorik modelin ve hipotezlerin test edilmesi için bisiklet turistlerine anket uygulanmıştır. Bu anket sonucu ile elde edilen veriler keşifsel faktör analizine tabi tutulmuştur. Sonuçların uygunluğu test edildikten sonra demografik özellikler ile değişkenlerin frekans ve ortalamaları incelenmiştir. Daha sonra hipotezlerin test edilmesi için “Tek Yönlü Varyans Analizi” ve “Bağımsız Örneklem t-Testi” kullanılmıştır. Ayrıca çalışmanın etki hipotezlerinin testi ve teorik modelin doğruluğu için “Regresyon Analizi”nden yararlanılmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI

Araştırma kapsamında toplanan 300 anket formundan 9 tanesi eksik ve yanlış doldurulması nedeniyle araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Analizler 291 anket formundan elde edilen veriler üzerinden yürütülmüştür.

4.1. Araştırmaya Katılan Cevaplayıcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya dâhil edilen bisiklet turistlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler bu bölümde gösterilmektedir.

Çizelge 21. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

	Yaş					
	25 ve altı	26-35	36-45	46-55	56 ve üzeri	Toplam
Sayı	24	118	92	42	15	291
Yüzde	%8.3	%40.5	%31.6	%14.4	%5.2	%100

Katılımcıların yaş dağılımını gösteren Çizelge 21 incelendiğinde, yoğunluğun sırasıyla; 26-35 yaş (%40.5), 36-45 yaş (%31.6) ve 46-55 yaş (%14.4) aralıklarında olduğu görülmektedir. Yine Çizelge 21'e göre en az katılım 25 yaş ve altı (%8.3) ile 56 yaş ve üzeri (%5.2) turistlerdedir. Tüm katılımcıların yaş ortalaması ise 37.5'tir.

Çizelge 22. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet			
	Kadın	Erkek	Toplam
Sayı	42	249	291
Yüzde	% 14.4	% 85.6	% 100

Çizelge 22 incelendiğinde katılımcıların %14.4'ünün kadın, %85.6'sının ise erkek olduğu görülmektedir. Kadın cevaplayıcıların azlığının, dolayısıyla bisiklet festivali katılımcılarının çoğunluğunu erkeklerin oluşturmasının temel nedeninin kadın katılımcıların çadırda konaklamayı fazla tercih etmemesi olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın konaklamasını çadırda yapan kişilerle gerçekleştirilmiş olması kadın katılımcı sayısının azlığını açıklamaktadır.

Çizelge 23. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Eğitim Durumu			
	Lise ve altı	Üniversite ve üzeri	Toplam
Sayı	82	209	291
Yüzde	%28.2	%71.8	% 100

Çizelge 23 incelendiğinde katılımcıların %28,2'sinin lise ve altı, %71,8'inin ise üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 24. Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Dağılımı

Gelir Durumu							
	1600 ve altı	1601-2600	2601-3600	3601-4600	4601-5600	5601 ve üzeri	Toplam
Sayı	13	37	67	38	55	81	291
Yüzde	%4.5	%12.7	%23	%13.1	%18.9	%27.8	%100

Araştırmaya dâhil edilen bisiklet turistlerinin toplam gelirleri Çizelge 24’te gösterilmiştir. Katılımcıların gelir durumu incelendiğinde yoğunluğun sırasıyla; %27.8 ile 5601 ve üzeri, %18.9 ile 4601-5600 ve %23 ile 2601- 3600 TL aralığında olduğu; en düşük gelir aralığının ise; %4.5 ile 1600 ve altı, %12.7 ile 1601-2600 ve %13.1 ile 3601-4600 TL olduğu görülmektedir. Tüm katılımcıların ortalama gelir düzeyi 5016.19 TL olarak tespit edilmiştir. Türkiye için bu rakamın asgari ücretin (1,603 TL) üç katından biraz fazla olması, araştırmaya katılan bisiklet turistlerinin gelir düzeyinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Cevaplayıcılara katıldıkları bisiklet festivalleri hakkında bilgi edinmek için sorulan sorular ve cevaplar Çizelge 25’te gösterilmiştir.

Çizelge 25 incelendiğinde, “Daha önce aynı bisiklet festivaline katıldınız mı?” şeklindeki açık uçlu soruya katılımcıların %57.4’ünün evet, %42.6’sının hayır şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Bisiklet festivallerine katılımın ve aynı bisiklet festivaline katılım oranının arttırılmasının bisiklet festival düzenleyici ve destekleyicilerine bağlı olduğu bilinmektedir. Bisiklet turistlerinin istek ve ihtiyaçlarına cevap veren festivaller yıllara göre etkinliğini sürdürmekte olup her yıl katılımcı sayısında artış göstermektedir. Bu artış, geçmiş yıllardaki katılımcıların korunarak yeni katılımcıların organizasyona dâhil olmasıyla sağlanmaktadır.

Çizelge 25. Katılımcıların Bisiklet Festivallerine İlişkin Sorulara Verdiği Cevapların Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Daha önce aynı bisiklet festivaline katıldınız mı?		
Evet	167	%57.4
Hayır	124	%42.6
Toplam	291	%100
Bugüne kadar kaç kez bisiklet festivaline katıldınız?		
2 ve altı	236	%81.1
3 ve üstü	55	%18.9
Toplam	291	%100
En son bisiklet festivaline kaç kişi katıldınız?		
2 ve altı	123	%42.3
3-5	83	%28.5
6 ve üstü	85	%29.2
Toplam	291	%100
En son bisiklet festivalinde kaç gece konakladınız?		
2 ve altı	194	%66.7
3 ve üstü	97	%33.3
Toplam	291	%100
Son Katıldığınız Bisiklet Festivalindeki Toplam Harcama		
400 ve altı	103	%35.4
401-800	89	%30.6
801 ve üstü	99	%34.0
Toplam	291	%100

Yine katılımcılara yöneltilen “Kaç kez bisiklet festivaline katıldınız ?” şeklindeki açık uçlu soruya verilen cevaplara göre 2 ve altı katılımın daha yoğun olduğu görülmektedir (%81.1). Bu durumun sebeplerinden birisi, bisiklet festivallerinin yeni gelişen bir trend olması ve bisiklet festival düzenleyicilerinin katılımcıların haberdar olması için sosyal medya (facebook, instagram vb.) dışında bir tanıtım faaliyeti gerçekleştirememesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Aynı şekilde “En son bisiklet festivaline kaç kişi katıldınız ?” şeklindeki soruya katılımcıların %42.3’ü 1-2, %29.2’si 6 ve üstü, %28.5’i 3-5 kişi şeklinde cevap vermiştir.

Bisiklet festivalleri tüm festivallerde olduğu gibi toplulukla oluşan ve toplulukla birlikte eğlencesi olan bir festival türüdür. Birey anlaşılabildiği ve beraber kamp kurup eğlendiği kişilerle festivale tekrar gitme eğilimi göstermektedir. Genel olarak bisiklet festivali katılımcıları grup şeklinde katılım göstermektedir. Yine aynı şekilde bisiklet festivalleri farklı kültür ve coğrafyadan insanların bir araya gelmesini sağlayarak yeni arkadaşlık ortamının doğduğu yer olarak bilinmektedir. Bu doğrultuda bisiklet festivalleri, yeni tanışan bireylerin bir başka festivali birlikte gerçekleştirmesine imkân sağlamaktadır. Açık uçlu soruların bu soruya verilen cevaplar incelendiğine grup olarak en az 2 kişi ile (%25.4), yine grup olarak en fazla 15 kişi ile (%4.8) katılımın gerçekleştiği görülmüştür.

Araştırmaya dâhil edilen bisiklet turistlerine yöneltilen “En son bisiklet festivalinde kaç gece konaklandınız?” şeklindeki açık uçlu soruya verilen cevapların %66.7’si 0-2 gece iken, %33.3’ü 3 ve üstü gece şeklindedir. Araştırmaya dâhil edilen bisiklet turistlerinin son katıldıkları bisiklet festivalinde en fazla yedi gün konakladığı ve en yoğun konaklama gün sayısının ise iki (%37.5) olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, bisiklet turistlerinin konaklama türü olarak kamp alanını tercih ettiği ve tek amaçlarının bisiklet festivallerine katılmak olduğu için konaklama gün sayılarının festival süresince olduğu görülmektedir.

Çalışmanın amacı olan asıl soru “Son katıldığınız bisiklet festivalindeki toplam harcamanız ne kadar?” şeklindeki açık uçlu sorudur. Literatür kısmında bazı ülkelerin bisiklet turisti harcamalarına ve çalışmalarına yer verilmiştir. Türkiye’de bisiklet festivalleri son 5 yıldır düzenlenmekte olup yeni gelişim gösteren bir festival türüdür. Her yıl düzenlenen festivallerin daha iyiye gitmesi gelişimin olacağına bir kanıt niteliğindedir. Araştırmaya dahil edilen cevaplayıcıların festivalde yaptıkları harcamanın sırasıyla %35.4 (400 ve altı TL), %34.0 (800 ve üstü TL), %30.6 (401-800 TL) aralığında olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak katılımcıların harcamalarının ortalaması 772 TL olarak tespit edilmiştir. Bu açık uçlu sorulara verilen yanıtlar incelendiğinde en az harcamanın 20 TL ve en fazla harcamanın 5000 TL olduğu görülmüştür. Harcamalardaki bu fark; festivallerin bazı katılımcıların şehrinde düzenlenmesi, bazılarının tanıdık yanında kalması veya gününbirlik festivale katılması dolayısıyla az harcama yaptığı; bazı katılımcıların ise uzak bölgelerden festivale katılması, pahalı otelleri tercih etmesi gibi nedenlerle yüksek

miktarda harcama yaptığı şeklinde değerlendirilebilir. Konaklama tercihinin kamp alanından yana kullanılması ve düzenlenen festival tarafından karşılanan yiyecek-içecek imkânlarının değerlendirilmesi harcama miktarını düşürmektedir. Tam tersi konaklamanın otel, motel, pansiyon ya da günlük ev şeklinde tercih edilip, yeme-içmenin bölgenin hizmet alanında tercih edilmesi harcama miktarını arttırmaktadır. Aynı şekilde ulaşım, yakın ve uzak yerlerden gelen kişilerin harcamalarını farklılaştıran diğer faktördür. Bir diğer faktörün ise, festival giriş ücretleri olduğu söylenebilir. Her festivalin katılım ücreti farklı olduğu için harcamalar da buna göre artıp azalabilmektedir. Ayrıca kişilerin kendi istek ve ihtiyaçlarına göre harcama yapmaları bisiklet turist giderlerini farklılaştırmıştır.

Cevaplayıcılara yönlendirilen “Son katıldığınız bisiklet festivalindeki harcamanız nedir? (Festival giriş ücreti, konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek ve diğer hizmetleri ayrı ayrı belirtiniz).” sorusuna verilen cevaplar Çizelge 26’da görülmektedir.

Çizelge 26. Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki Toplam Harcamaları

Festival Giriş Ücretleri (₺)	Yiyecek-İçecek (₺)	Konaklama (₺)	Ulaşım (₺)	Diğer (₺)	Toplam (₺)
29,490	33,858	72,615	45,735	14,699	196,397

Çizelge 26 incelendiğinde en fazla harcamaların sırasıyla; konaklama (72,615₺), ulaşım (45,735₺), yiyecek içecek (33,858₺), festival giriş ücretleri (29,490₺) ve diğer (14,699₺) giderler olduğu görülmektedir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların toplam harcaması 196,397 ₺ olduğu görülmektedir. Buna göre (196,397/291) bisiklet turistlerinin kişi başı ortalama harcamaları 675 ₺ olarak hesaplanmıştır. Festival giriş ücretleri her festivale göre farklılık göstermektedir. Konaklama; otel, motel, pansiyon, çadır vb. gibi imkânları kapsamaktadır. Ulaşım; bisiklet festivalinin düzenlendiği alana erişimde toplam gidiş dönüş ulaşım ücretini (Uçak, otobüs, tren, bireysel araç gibi ulaşım türlerini)

kapsamaktadır. Diğer harcamalar kalemini ise; hediyelik eşya, sinema, kitap, kıyafet vb. gibi giderler kapsamaktadır.

Bisiklet festivalleri ile ilgili benzer şekilde yapılan çalışmaların farklı yöntemler ile ortaya çıkarttıkları ekonomik getirileri alan yazında yer almaktadır. Bu kapsamda; Washington'da bisiklet turistleri her yıl 3.1 milyar \$ (alışveriş, yiyecek-içecek ve konaklama giderleri) katkı sağlamaktadır (Seattle Bike, 2014). Avrupa genelinde geceleme yapan bisiklet turistleri 57 € (Konaklama 23 €, yiyecek-içecek 17 €, diğer 17 €) harcama yapmaktadırlar. Günübirlikçi bisiklet turistleri ise 15.39 € harcama yaparken bu harcamanın çoğunu yiyecek-içecek giderleri oluşturmaktadır (Weston vd., 2012). 2012 yılında İsviçre'de yapılan bir çalışmada bisiklet turistlerinin yiyecek içecek (72 €), ulaşım (26 €), konaklama (35 €) ve diğer (8 €) giderler olmak üzere toplam 141 € harcama yaptığı tespit edilmiştir (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018). Daha kapsamlı şekilde yapılan İskoçya'daki bir araştırmada, bölgede düzenlenen bisiklet festivallerine katılan bisiklet turistlerinin toplam harcamaları 6,420 € olarak hesaplanmıştır (Zovko, 2013). Benzer bir araştırma da Amerika'da yapılmış olup, çalışma sonucunda Cross Country Bisiklet turunun turistlerinin konaklama için 662.14 \$, yiyecek-içecek için 621.31 \$ ve diğer harcamalar için 120.95 \$ harcama yaptıkları ortaya çıkmıştır (Beierle, 2011). Yapılan çalışmalar incelendiğinde, bisiklet tur/festivallerinde en fazla harcamaların genel olarak konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım ve diğer giderleri kapsadığı görülmektedir. Bu çalışmada ise en fazla harcamanın yapıldığı kalemler konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek ve diğer giderlerdir. Sıralamalardaki bu değişiklik, Türkiye'de bisiklet festivallerinin farklı coğrafyalarda düzenlenmesi ile ulaşımdaki fiyat farkı ve festivaller için kampanya niteliğinde bir ulaşım türünün olmaması ile açıklanabilmektedir.

Katılımcılara yöneltilen "Katıldığımız bisiklet festivaline yönelik sorunlar nelerdir?" şeklindeki açık uçlu soruya verilen ve en çok tekrar eden yanıtlar Çizelge 27'de gösterilmiştir.

Çizelge 27. Katılımcıların Bisiklet Festivallerinde Yaşadıkları Sorunlar

Sorunlar	N	Cinsiyet
Kamp alanında ihtiyaç alanlarının yetersizliği	40	Kadın: 9
		Erkek: 31
Organizasyon ile ilgili sorunlar	39	Kadın: 10
		Erkek: 29
Fiyatların yüksek olması	25	Kadın: 12
		Erkek: 13
Yiyecek ve içecek ile ilgili sıkıntılar	12	Kadın: 9
		Erkek: 3
Güvenlik	10	Kadın: 8
		Erkek: 2
Hijyen ile ilgili sıkıntılar	6	Kadın: 5
		Erkek: 1

Çizelge 27 incelendiğinde, katılımcıların en fazla sorun yaşadıkları noktalardan birisinin; kamp alanlarındaki ihtiyaç alanlarının yetersizliği olduğu ve erkek katılımcıların bu durumdan daha fazla şikayetçi olduğu görülmektedir. İhtiyaç alanları; tuvalet, duş gibi alanların yetersizliğini kapsamaktadır. Yine en fazla karşılaşılan sorunlardan birisi, organizasyonda yaşanan sıkıntılardır. Bu sıkıntılar; rotaların plansız değişmesi, yürütücülerin hâkimiyeti sağlayamaması şeklindeki ifadelerden oluşmaktadır. Hijyen ile ilgili sıkıntılar sorununu kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha fazla dile getirdiği görülmektedir.

Bisiklet turistlerinin yaşadıkları sorunlardan birisi de şüphesiz fiyatların yüksek olmasıdır. Bu fiyat yüksekliğinin bisiklet festivallerinin giriş ücretleri, bisiklet festivalinin gerçekleşeceği alana yakın yiyecek içecek, hediyelik eşya gibi ürünlerin fiyatının yüksek olması ve turistlere yüksek fiyat uygulamasının yapılması olduğu söylenebilir. Aynı şekilde güvenlik ve hijyen sıkıntıları bisiklet turistlerinin konaklama ve harcamasını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Bu sorunlar araştırmaya dâhil edilen 291 bisiklet turistinin sorunlarını yansıtmaktadır. Genelleme yapıldığında ise az çok benzer sonuçların ortaya çıkacağı tahmin edilmektedir. Sonuç olarak başarılı bir bisiklet festivalinin düzenlenmesi için bisiklet turistlerinin istek ve ihtiyaçları önemsenmeli ve empati kurularak organizasyona şekil verilmelidir.

Katılımcılara yöneltilen “Katıldığınız bisiklet festivallerinin adlarını yazınız.” şeklindeki açık uçlu soruya en fazla verilen isimler Çizelge 28’de gösterilmiştir.

Çizelge 28. Katılımcıların “Daha Önce Katıldığınız Bisiklet Festivallerinin Adları” Şeklindeki Açık Uçlu Soruya Verdiği Cevapların Oranları

Festival Adı	Sayı	Yüzde
Çanakkale Bisiklet Festivali	92	%31.2
Burhaniye Bisiklet Festivali	29	%9.8
İzmir Pedallarımın Altında Bisiklet Festivali	28	%9.5
Mersin Bisiklet Festivali	25	%8.5
Hürpedal Bisiklet Festivali	20	%6.8
Antalya Bisiklet Festivali	18	%6.1
Gökova Bisiklet Festivali	17	%5.8
Manisa Bisiklet Festivali	17	%5.8
Köyceğiz Bisiklet Festivali	13	%4.4
Bartın Bisiklet Festivali	12	%4.1
Kapadokya Bisiklet Festivali	9	%3.1
Yenice Bisiklet Festivali	7	%2.4
Kuruluştan Kurtuluşa Bisiklet Festivali	7	%2.4
Toplam	295	%100

Çizelge 28 incelendiğinde, ankete dâhil olan bireylerin en fazla katıldığı festivalin Çanakkale Bisiklet Festivali olduğu görülmektedir (%31,.2). Daha sonra sıralamayı; Burhaniye Bisiklet Festivali (%9.8) ve İzmir Pedallarımın Altında (%9.5) takip etmektedir. Mersin, Hürpedal, Antalya, Gökova, Manisa, Köyceğiz, Kapadokya, Yenice ve Kuruluştan Kurtuluşa bisiklet festivalleri de sıralamada yer almaktadır. Anket Çanakkale Bisiklet Festivalinde gerçekleştiğinden dolayı Çanakkale’ye yakın olan il ve ilçelerin sıralamanın en üst kısımlarında olduğu görülmektedir. Çizelge 27’de yer almayan Adana, Ortaca, Bilecik, Burdur, Bursa, Durgun Sulara Yolculuk, Az Bilinen Antik Kentler, Malatya, Yüzyıllık Macera Bisiklet Turu, Saroz Bisiklet Festivali, Eskişehir ve Fethiye Bisiklet Festivallerine katılan kişi sayıları 1-4 arasında değişmektedir. Ayrıca Çizelge 28 incelendiğinde, toplam sayının anket sayısından fazla olduğu görülmektedir. Bunun sebebi ise cevaplayıcılara katıldıkları bisiklet festivallerini birden fazla yazma imkânı verilmesinden kaynaklanmaktadır.

4.2. Keşifsel Faktör Analizi

Çalışmanın bu kısmında, anket formunu oluşturan maddelerin hangi değişken ile ortak bir anlam taşıdıklarını görmek için SPSS 22.0 paket programı kullanılarak yapılan keşifsel faktör analizi sonuçları sunulmuştur. Verinin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek amacıyla öncelikle KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değerine bakılmıştır. Çalışmada kullanılan beş faktör kişilik özellikleri değişkenlerinin KMO değerinin 0,822 olduğu görülmüştür. Örneklem yeterliliğini ölçmek için yapılan KMO testi değerinin 0,6'dan büyük olması önerilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014). Bu işlemde sonra faktör analizinin uygulanabilmesi için bakılması gereken ikinci değer ise Bartlett'in Küresellik Testi'dir. Bu test değerinin anlamlı çıkması gruplar arasında ilişkinin varlığını göstermekte olup (Nakip, 2006); bu değer (p < 0,05) olması istenmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014). Çalışmada Bartlett'in Küresellik Testi sonucu p < 0,001 değerinde olup bu değer anlamlı kabul edilmektedir.

Verilerin faktör analizi için uygunluğu tespit edildikten sonra, araştırma için ankette yer alan maddeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi, çok sayıda değişkeni birbirleriyle ilişkili olarak bir araya getiren az sayıda yeni değişkenler ile sunan analiz olarak tanımlanmıştır (Büyüköztürk, 2002). Bir diğer tanım ile faktör analizi, bir grup arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin anlamlı ve özet şeklinde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türüdür (Nakip, 2006). Aynı zamanda faktör analizi birden fazla değişken ile yapılan ölçümlerle, gizli değişken yapı ve boyutların belirlenmesi amacıyla da kullanılmaktadır. Bu bağlamda yoğun olan verinin en az bilgi kaybına uğrayarak sadeleştirilip az sayıdaki veriyle gösterilmesi sağlanmaktadır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014). Çalışmada kullanılan Beş Faktör Kişilik Özellikleri ölçeğinin boyutlarına ait keşifsel faktör analizi sonuçları Çizelge 29'da gösterilmiştir.

Çizelge 29. Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Keşifsel Faktör Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5
Dışa Dönüklük					
Yabancılar arasında fazla konuşmam*	0,849				
Geri planda olmayı tercih ederim.*	0,852				
Sohbetleri hep ben başlatırım.	0,554				
Arkadaş toplantılarında çok sayıda farklı insanlarla sohbet ederim.	0,704				
Toplum içerisinde kendimi çok rahat hissederim.	0,753				
Uyumluluk					
Çevremdeki insanlara zaman ayırım.		0,672			
Başkalarının dertlerini ve sıkıntılarını paylaşıyorum.		0,755			
Başkalarının duygularını, sıkıntılarını anlarım.		0,763			
Yufka yürekli bir insanım.		0,602			
Çevremdeki insanlarla ilgilenirim.		0,754			
İnsanlar benim yanımda kendilerini iyi hisseder.		0,540			
Sorumluluk					
Çok dağınık bir insanım.*			0,877		
Düzeni ve düzenli olmayı severim.			0,840		
Programlı çalışırım.			0,708		
Genellikle aldığım şeyleri yerine koymayı unuturum.*			0,736		
Nevrotiklik					
Hemen her şeye üzülürüm.				0,760	
Olaylar beni derinden etkiler, çabuk yıkılırım.				0,841	
Ruh halimi çok şey etkiler.				0,748	
Çok çabuk telaşlanırım.				0,795	
Kolay strese girerim.				0,819	
Sık sık üzülürüm.				0,829	
Ruh hali çok sıkı değişen biriyim.				0,738	
Deneyime Açıklık					
Kültürlü bir insanım.					0,681
Zengin kelime dağarcığım var.					0,627
Olayları anlayıp kavramada hızlıyım.					0,701
Zengin bir hayal gücüm var.					0,566
Kusurları eksikleri görebilirim.					0,659

“ * “ imgesi olan sorular olumsuz ifade olup, olumlu ifade şekline getirilerek analize tabi tutulmuştur.

Çizelge 29'un devamı

ÖZDEĞER	4,169	2,576	1,900	5,570	1,777
AÇIKLANAN VARYANS (%)	15,442	9,540	7,038	20,628	6,583
TOPLAM AÇIKLANAN VARYANS (%)	59,232				

Araştırma verileri üzerinden yürütülen keşifsel faktör analizi bulgularının beklendiği gibi beş faktörlü yapıyı doğruladığı Çizelge 29'da gösterilmiştir. Ölçeğin beş faktörde açıklanan toplam varyansı %59,232 olarak hesaplanmıştır. Toplam açıklanan varyansın sosyal bilimlerde en az %60 olması beklenmektedir. Açıklanan varyans incelendiğinde en büyük katkıyı %20,628 ile nevrotilik boyutu sağlarken, bu değişkenin faktör yükleri 0,738 ve 0,841 değerleri arasında yer almaktadır. Aynı şekilde ikinci katkıyı %15,442 ile dışa dönüklük boyutu sağlamaktadır. Bu değişkenin faktör yükleri ise 0,544-0,859 değerleri arasında değişmektedir. Sonrasında sırasıyla %9,540 (0,540-0,763) ile uyumluluk boyutu; %7,038 (0,708-0,877) ile sorumluluk boyutu ve %6,583 ile deneyime açıklık boyutu (0,566-0,701) gelmektedir. Bu doğrultuda genel olarak maddelerin uygun faktörlere yüklendiği söylenebilir.

4.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, benzer girdilerin farklı ölçümlere tabi tutularak benzer sonuçlar vermesi anlamına gelmektedir. Öyle ki sosyal bilimler kapsamında yapılan araştırmalar incelendiğinde güvenilirlik için en yaygın şekilde kullanılan ölçüm türü Cronbach Alfa katsayısıdır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014).

Sosyal bilimler alanında Cronbach Alfa (α) katsayısı ile ilgili aralıklar şu şekilde nitelendirilmiştir;

- ✓ 0,01 – 0,20 arası ölçek hiç güvenilirmez,
- ✓ 0,21 – 0,40 arası güvenilirmez,
- ✓ 0,41 – 0,60 arası nispeten güvenilir,
- ✓ 0,61 – 0,80 arası güvenilir,
- ✓ 0,81 – 1,00 arası çok güvenilir olduğunu göstermektedir (Nakip, 2006).

Çalışma sorularına verilen cevapların güvenilirliğini görmek amacıyla anketi oluşturan 27 maddeden oluşan sorular birlikte analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda ortaya çıkan Cronbach α katsayısı 0,773 olarak bulunmuştur. Cronbach Alfa katsayısı ile ilgili değerler incelendiğinde 0,773'ün güvenilir olduğu söylenebilir. Çizelge 30'da boyutların ayrı ayrı Cronbach α değerleri gösterilmektedir.

Çizelge 30. Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar/ Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach α Katsayısı
Dışa Dönüklük	5	0,835
Uyumluluk	6	0,800
Sorumluluk	4	0,809
Nevrotiklik	7	0,901
Deneyime Açıklık	5	0,686

Nakip (2006)'e göre Çizelge 30 incelendiğinde 0,835 (dışa dönüklük), 0,800 (uyumluluk), 0,809 (sorumluluk), 0,901 (nevrotiklik) değişkenleri çok güvenilir iken; 0,686 (deneyime açıklık) değişkeninin güvenilir olduğu görülmektedir.

4.4. Araştırmanın Ana Değişkenlerine İlişkin İstatistikler

Araştırmanın ana değişkenlerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Çizelge 31’de gösterilmiştir.

Çizelge 31. Araştırmanın Ana Değişkenlerine İlişkin İstatistikler

	Dışa Dönüklük	Uyumluluk	Sorumluluk	Nevrotiklik	Deneyime Açıklık
Aritmetik Ortalama	3,63	3,97	3,70	2,48	3,93
Standart Sapma	0,82	0,57	0,92	0,91	0,57
***Ortalamalar beş puan üzerinden hesaplanmıştır.					

Çizelge 31 incelendiğinde, bisiklet festivali katılımcılarının deneyime açıklık ve uyumluluk boyutlarına oldukça yüksek puanlar verdiği görülmektedir. (3,93 ve 3,97). Araştırmanın katılımcılarının genel olarak dışa dönük bireyler olduğu ortalamaya göre söylenebilir (3,63). Aynı şekilde Çizelge 31 incelendiğinde, sorumluluğun ortalaması 3,70 olurken bu değer bisiklet turistlerinin sorumluluk sahibi bireyler olduğunu göstermektedir. Diğer değişkenler olumluluğu ifade ederken Nevrotiklik boyutu olumsuzluğu ifade etmektedir. Bu da boyutun değer düşüklüğünü açıklamaktadır (2,48). Bu düşüklük bireylerin olumsuz bir durumda pes etmeyip mücadele eden kişiler olduğunu göstermektedir. Bu değerler 5 puan üzerinden değerlendirilmiş olup bu değerlere bakarak araştırma özelinde bisiklet turistlerinin; Kalabalık ortamlarda konuşmayı seven, yeni insanlar tanıyan, enerjisi yüksek bireyler olduğu söylenebilir. Aynı şekilde herhangi bir durum karşısında ılımlı yaklaşım gösteren, başkalarına yardım eden, güvenilir ve diğer insanların beklentilerini de dikkate alan kişiler olarak nitelendirilebilirler. Yine araştırmaya dâhil edilen bisiklet turistleri; düzenli, sorumluluk sahibi, yaptıklarının bilincinde amaç sahibi bireylerdir. Ayrıca bisiklet turistleri herhangi olumsuz bir durum karşısında pes etmeyen, kendi kendine yetebildiği gibi diğer kişilere de yardım eden,

kolayca adapte olan kişilerdir. Aynı zamanda bağımsız düşünce yapısına sahip olan, bu doğrultuda hayal gücü kuvvetli olan düşünceli bireyler olarak da nitelendirilebilir.

4.5. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın hipotezleri test edilip sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırmanın farklılık hipotezlerinde “Tek Yönlü Varyans Analizi” ve “Bağımsız Örneklem t- Testi” ile analizler yapılmıştır. Diğer yandan araştırmanın etki hipotezlerini test etmek için “Regresyon Analizi” kullanılmıştır.

4.5.1. Araştırmanın Farklılık Hipotezleri

Araştırma kapsamında cevaplayıcıların bisiklet festivallerinde yaptığı harcama miktarının demografik özelliklerine göre farklılaşabileceği düşüncesinden hareketle H1 hipotezi kurgulanmıştır.

H1: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları bazı demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

Demografik özellikler detaylı olarak incelendiğinde

H1a: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Çizelge 32. Harcamaların Cinsiyete Göre Farklılıklarının Bağımsız Örneklem t- Testi ile Test Edilmesi

Hipotez	Değişken	Cinsiyet	N	Aritmetik ortalama	t	p	Sonuç
H1a	Harcamalar	Kadın	42	978,33	2,089	0,038	Desteklendi
		Erkek	249	736,69			

Çizelge 32 incelendiğinde, Bisiklet festivallerindeki harcamaların cinsiyete göre farklılık gösterdiği görülmektedir ($t=2,089$; $p= 0,038$) Bu sonuçtan hareketle kadınların bisiklet festivallerinde (978,33) erkeklere (736,69) göre daha fazla para harcadıkları söylenebilir. Bu bağlamda H1a hipotezi desteklenmiştir. Araştırma için kurulan bir diğer hipotez;

H1b: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Çizelge 33. Harcamaların Eğitim Durumuna Göre Farklılıklarının Bağımsız Örneklem t- Testi ile Test Edilmesi

Hipotez	Eğitim Durumu	N	Ortalama Harcamalar	t	p	Hipotez Sonucu
H1b	Lise ve altı	82	1,414,23	1,823	0,163	Desteklenmedi
	Üniversite ve üzeri	209	817,51			

Çizelge 33'te araştırmaya katılan cevaplayıcıların bisiklet festivallerinde yaptıkları harcamalarının eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği Bağımsız Örneklem t Testi sonuçları görülmektedir. Analiz sonucunda, bisiklet turistlerinin harcamalarının eğitim durumuna göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($t= 1,823$; $p= 0, 163$).

H1c: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.

Çizelge 34. Harcamaların Yaş Aralıklarına Göre Farklılıklarının Varyans Analizi ile Test Edilmesi

Hipotez	Yaş	N	Ortalama Harcamalar	F	P	Hipotez Sonucu
H1c	25 ve altı	24	406,88	7,483	0,001	Desteklendi
	26-35	118	804,07			
	36-45	92	636,96			
	46 ve üzeri	57	1075,09			

Çizelge 34'te araştırmaya katılan cevaplayıcıların bisiklet festivallerinde yaptıkları harcamalarının yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği varyans analizi sonuçları görülmektedir. Analiz sonucunda, bisiklet turistlerinin harcamalarının yaş aralıklarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (F= 7,483; p= 0,001). Bu yaş grupları arasındaki farkın 25 ve altı yaş ile 46 ve üzeri yaş grupları (p= 0,001) ile 36- 45 ile 46 ve üzeri yaş grupları (p= 0,001) arasındaki farklılıktan kaynaklandığı Scheffe tekniği ile yapılan Post-Hoc analizi sonucunda ortaya konmuştur. Buna göre H1c hipotezi desteklenmiştir.

H1d: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

Çizelge 35. Harcamaların Gelir Durumuna Göre Farklılıklarının Varyans Analizi ile Test Edilmesi

Hipotez	Gelir Durumu	N	Ortalama Harcamalar	F	P	Hipotez Sonucu
H1d	2600 ve altı	50	544,70	8,066	0,001	Desteklendi
	2601-3600	67	634,10			
	3601-4600	38	749,61			
	4601- 5600	55	651,91			
	5601 ve üstü	81	1116,85			

Çizelge 35'te araştırmaya katılan cevaplayıcıların bisiklet festivallerinde yaptıkları harcamalarının gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği varyans analizi sonuçları görülmektedir. Analiz sonucunda, katılımcıların bisiklet festivallerindeki harcamalarının gelir durumuna göre farklılık gösterdiği bulunmuştur (F= 8,066; p= 0,001). Scheffe tekniği ile yapılan Post-Hoc analizi sonucunda farklılığın nedeni olan kategorilerin 2600 ve altı gelir grubu ile 5601 ve üzeri gelir grubu (p= 0,001); 2601-3600 gelir grubu ile 5600 ve üzeri gelir grubu (p=0,001) ve 4601-5600 gelir grubu ile 5601 ve üzeri gelir (p=0,001) grubundan kaynaklandığı ortaya konmuştur. Beklendiği gibi gelir durumunun fazla olmasının harcamalar üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Çizelge

35 incelendiğinde en fazla harcamayı yapan (1116,85) grubun 5601 ₺ ve üzeri gelir grubu olduğu görülmektedir. Bu gelir grubunu takip eden gruplar sırasıyla; 3601-4600 (749,61), 4601-5600(651,91), 2601-3600(634,10) ve 2600 ve altı (544,70) gruplardır. Buradan en alt gelir gurubundaki bireylerin en az harcamayı gerçekleştirdiği en üst gelir gurubundaki bireylerin ise en fazla harcamayı gerçekleştirdiği görülmektedir. Genel olarak orta ve üst düzey gelir grubuna sahip bireylerin daha fazla harcama yaptığı söylenebilir. Buna göre H1d hipotezi desteklenmiştir.

H2: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları konakladığı gün sayısına göre farklılık göstermektedir.

Çizelge 36. Harcamaların Bisiklet Festivallerindeki Kalış Sürelerine Göre Farklılıklarının Bağımsız Örneklem t-Testi ile Test Edilmesi

Hipotez	Değişken	Konaklanan Gün Sayısı	N	Harcamaların Ortalaması	t	p	Sonuç
H2	Harcamalar	2 ve altı	194	560,36	-8,073	0,001	Desteklendi
		3 ve üstü	97	1193,97			

Çizelge 36'da bisiklet turistlerinin harcamalarının festivalde konakladığı gün sayısına göre değişip değişmediğinin test edildiği bağımsız örneklem t-testi sonuçları görülmektedir. Çizelge incelendiğinde, bisiklet festivali harcamaları konaklanan gün sayısına göre farklılık göstermektedir ($t = -8,073$; $p = 0,001$). Beklendiği gibi konaklanan gün sayısı arttıkça harcamaların da değiştiği görülmektedir. Buna göre H2 hipotezi desteklenmiştir.

H3: Katılımcıların Bisiklet Festivallerindeki harcamaları birlikte katıldığı kişi sayısına göre farklılık göstermektedir.

Çizelge 37. Harcamaların Bisiklet Festivallerine Katılan Kişi Sayısına Göre Farklılıklarının Varyans Analizi ile Test Edilmesi

Hipotez	Birlikte Katılım Sayısı	N	Ortalama Harcamalar	F	p	Hipotez Sonucu
H3	1-2	123	698,37	0,788	0,456	Desteklenmedi
	3-5	83	768,88			
	6 ve üzeri	85	822,80			

Çizelge 37’de cevaplayıcıların festivale kaç kişi ile katılım gösterdiklerinin harcamalarını değiştirip değiştirmediğini ortaya koymaya yönelik olarak yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları görülmektedir. Analiz sonucunda, birlikte katılan kişi sayısına göre yapılan bireysel harcamanın değişmediği ortaya konmuştur ($F= 0,788$; $p= 0,456$). Araştırma bulguları katılan kişi sayısı arttıkça harcamaların da artmış olduğu gösterse de (1-2 arası 698,37 TL; 3-5 kişi arası 768,88 TL; 6 ve üzeri kişi 822,80 TL) bu bulgu istatistiksel olarak doğrulanamamıştır. Dolayısıyla H3 hipotezi desteklenmemiştir.

4.5.2. Araştırmanın Etki Hipotezleri

Çalışmanın H4, H5, H6, H7 ve H8 hipotezleri araştırmanın ana değişkenlerinin bisiklet festivallerindeki harcamalara etki edip etmediği üzerine kurulmuştur. Bu hipotezler;

H4: Beş faktör kişilik özelliklerinden dışa dönüklüğün bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H5: Beş faktör kişilik özelliklerinden deneyime açıklığın bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H6: Beş faktör kişilik özelliklerinden uyumluluğun bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H7: Beş faktör kişilik özelliklerinden sorumluluğun bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H8: Beş faktör kişilik özelliklerinden nevrozluğun bireylerin bisiklet festivali harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Çizelge 38. Araştırmanın Etki Hipotezlerinin Test Sonuçları

Hipotez	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	β	t	P	Hipotez Sonuçları
H4	Dışa Dönüklük	Bisiklet Festivalindeki Harcamalar	0,276	4,460	0,001	Desteklendi
H5	Uyumluluk		-0,076	-1,214	0,226	Desteklenmedi
H6	Sorumluluk		0,084	1,530	0,127	Desteklenmedi
H7	Nevrotiklik		-0,006	-0,112	0,911	Desteklenmedi
H8	Deneyime Açıklık		0,216	3,664	0,001	Desteklendi

Çizelge 38’de kişilik özelliklerinin festival harcamaları üzerinde etkisi gösterilmiştir. Analiz sonucunda Adjusted R Square/ Düzeltilmiş R² değerinin %13,2 olduğu görülmüştür. Bu değer kişilik özelliklerinin harcamaların %13,2’sini açıkladığını göstermektedir.

Çizelge 38 incelendiğinde, katılımcıların dışa dönük bir kişilik özelliğine sahip olmasının festival harcamalarını arttırdığı sonucuna ulaşıldığı görülmektedir ($\beta= 0,276$; $t= 4.460$; $p=0,001$). Buna göre H4 hipotezi desteklenmiştir. Aynı şekilde katılımcıların deneyime açık bir kişiliğe sahip olmasının da festival harcamalarını arttırdığı görülmektedir ($\beta= 0,216$; $t= 3.664$; $p=0,001$). Bu bağlamda H8 hipotezi desteklenmiştir. Ancak diğer 3 kişilik özelliğinin (uyumluluk, sorumluluk ve nevrozluğun) bisiklet turistlerinin bisiklet festivallerindeki harcamaları üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle H5, H6 ve H7 hipotezleri desteklenmemiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Bisiklet, önemi ve değeri gün geçtikçe artan ve turizm sektörü için de ayrı bir öneme sahip olan bir ulaşım, spor ve eğlence aracıdır. Bireyi doğrudan sosyal, sağlık ve ekonomik anlamda etkilerken dolaylı olarak devlete de ekonomik katkı sağlamaktadır. Dolayısı ile bisikletin kent merkezlerinde ticari bir canlandırma görevi de bulunmaktadır. Öyle ki New York belediyesinin yapmış olduğu bir çalışmada bisiklet yolları olan caddelerin diğer yollara göre %49 fazla satış yaptığını tespit edilmiştir (The CityFix Türkiye, 2014). Kalabalık ülkelerin artan nüfusuna bağlı olarak kullanılan şahsi araç sayısı son yıllarda artmıştır. Bu da beraberinde trafik ve park sorununu getirmiştir. Bisiklet kullanımı ile bu sorunlar araç kullanımındaki sorunlara göre azalma gösterecektir. Ayrıca bu sorunlara ilaveten trafikte yaşanan ses kirliliği problemine de bisiklet kullanımı ile çözüm bulunmuş olacaktır. Çevresel ve ekonomik faydalarının yanı sıra bisikletin sağlık açısından faydaları da önem taşımaktadır. İsviçre üniversitesinde hazırlanan bir rapora göre kemik erime rahatsızlığı bisiklet ile ilgili aktiviteleri gerçekleştiren bireylerde daha az görülmektedir (Daily News, 2011). Bu nedenle, Dünyada ve Avrupa'da bisiklet kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye'de bu yönde gelişim olmasına rağmen, bu gelişimin yeterli düzeyde olmadığı açıktır.

Bisiklet kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan bisiklet turizmi kavramı son yıllarda önem kazanan bir alternatif turizm çeşididir. 1970'li yıllardan itibaren yaşanan farklı sorunlar bisiklet kullanımını yaygınlaştırmıştır. Bisiklet turizmi, sürdürülebilirlik kapsamında kırsal ekonomiyi canlandırmasıyla önemi gittikçe büyüyen bir pazardır (Ritchie vd., 2010). Aynı zamanda bisiklet turizmi her bütçeye göre uyarlanabilir bir turizm çeşididir. Bisiklet turizmi çerçevesinde başarıyı yakalayan İspanya Mayorka adası bisiklet turistleri tarafından cennet olarak ile nitelendirilmektedir. Bu bölgenin böyle algılanmasının en önemli sebebi bisiklet yollarının varlığı ve bisikletle ilgili tüm sektörlerin iş birliği içerisinde planlı ve programlı çalışmasıdır (Bisikletizm, 2018).

Bilindiği üzere bir turizm çeşidi ancak paydaşların iş birliği ile gelişebilecektir. Bisiklet turizmi potansiyeli olan ülkelere bakıldığında bisiklet ile ilgili altyapı ve üstyapı olanaklarının tanımlandığı, bisiklet kullanımını teşvik eden uygulamaların gerçekleştirildiği, bisiklet turistlerinin ne istediklerini tespit edip ona göre çalışmalara yön verildiği gözlenmektedir. Türkiye, bisiklet turizmi potansiyeli olmasına rağmen dünya sıralamasında yer almamaktadır. Coğrafi bakımdan bisiklete uygun olan Türkiye’de son zamanlarda bisiklet ile ilgili çalışmalar yapılmakta ve teşvikler de verilmektedir. Bunun bir göstergesi Sağlık Bakanlığı’nca dağıtılan bisikletlerdir.

Bisiklet turisti, tatilde ya da günlük yaşantısında bisiklet kullanımını amaç edinmiş kişilerdir (Simenson and Jorgenson, 1998). Aynı zamanda yerel halkın kültürüyle etkileşime girerek ve yerel halkın ürünlerini satın alarak yerel ekonomiyi harekete geçirmektedirler. Bisiklet turistlerinin diğer turistlere göre daha fazla harcama yaptığı ve yerel bölgelere daha fazla katkı sağladığı yapılan çalışmaların sonuçlarına göre söylenebilir. Bu özellikleri ile bisiklet turistleri ‘Tekerlekli Cüzdan’ olarak nitelendirilmiştir (BFA, 1999). Avrupa genelinde bisiklet turistlerinin günlük 57.08 \$, ABD’nin Montana eyaletinde günlük 75 \$ ve Kanada Quebec eyaletinde günlük 52 \$ harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Bu harcamalar ülkelere göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar bisiklet güzergâhı üzerinde harcama yapılabilecek alanların varlığından kaynaklanmaktadır. Farklılığın diğer bir nedeni ise bisiklet turistlerinin birlikte katıldığı kişi sayısı ve konaklama yaptığı gün sayısına göre harcamalarının değişmesidir.

Bisiklet etkinlikleri bireylerin yeni deneyimler kazanmasını sağlayan yeni yeni gelişen bir etkinlik çeşididir. Ulusal ve uluslararası olarak düzenlenen etkinlikler bölgeye olan ekonomik katkısından dolayı akademik çalışmalarda da yer bulmaya başlamıştır. Dünyada düzenlenen bisiklet etkinlikleri arasında Tour de Flanders 240 bin €, Tour Down Under 49.6 milyon \$, Tour de Georgia 26 milyon \$ ve Taiwan Cycling Festival 140 milyon NT \$ gibi ciddi rakamları bölgelerine kazandıran önemli etkinliklerdir. Bu etkinlikler; dünyaca ünlü organizasyonlar olup, seyirci ve katılımcı sayılarının da fazla olduğu bilinmektedir. Bölgelerde düzenlenen orta ve küçük ölçekli bisiklet etkinlikleri incelendiğinde; Gost Town’da bisiklet turistlerinin 91.66 \$, Town Trail’de 98 \$ ve

İsviçre’de 62 \$ harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Bu rakamlar bisiklet turistlerinin bir bölgeye ne kadar getirisi olduğunu kanıtlamaktadır.

Yapılan literatür çalışması sürecinde Türkiye’de bisiklet turizminin ekonomik değeri ve bisiklet etkinliklerinin ekonomik getirisini gösteren herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada dünyada bisiklet ve etkinliklerinin ekonomik değeri ortaya konurken Türkiye’de düzenlenen etkinliklerde bisiklet turistlerinin harcamaları da incelenmektedir. Ayrıca bu çalışmada bisiklet festivali katılımcılarının kişilik özelliklerinin festival harcamaları üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Bu çalışmaya göre, bisiklet festivallerine katılan bisiklet turistlerinin uyumlu (3,97), deneyime açık (3,93), sorumluluk sahibi (3,70) ve dışa dönük (3,63) bireyler olduğu söylenebilir. Araştırma sonucunda dışa dönük ve deneyime açık kişilik özelliklerine sahip bisiklet turistlerinin daha fazla harcama yaptıkları ortaya konmuştur. Aynı zamanda regresyon analizi sonucunda, bisiklet turistlerinin kişilik özelliklerinin festival harcamalarının %13,2’sini açıkladığı tespit edilmiştir. Araştırmada kadın bisiklet turistlerinin erkeklere göre daha fazla harcama yaptığı (978,33), en fazla harcamayı yapan yaş grubunun 46 ve üzeri yaş grubu olduğu (1075,09) tespit edilirken, beklendiği gibi gelir düzeyi yüksek kişilerin daha fazla harcama yaptığı (5601 ve üzeri = 1116,85) ve harcamaların kalış sürelerine göre değiştiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcılara “bisiklet festivallerindeki karşılaştığınız sorunlar nelerdir?” şeklindeki açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde, kadınların konaklama tiplerinden kamp alanlarında kendilerini güvensiz hissettiği ve hijyen sorunlarından da kadınların erkeklere göre daha fazla şikayetçi olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, bisiklet festivallerinin bir bölgeye ekonomik katkısı olduğu görülmektedir. Çalışma sonucunda katılımcıların kaldıkları gün sayısına göre festivaldeki harcamanın arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca deneyime açık ve dışa dönük kişilik özelliğine sahip bisiklet turistlerinin harcamalarının da arttığı tespit edilmiştir.

5.2. Öneriler

Bu bölümde, araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda bisiklet ile ilgili kurum ve kuruluşlar ile araştırmacılara bazı önerilerde bulunulmuştur. İlk önce Türkiye’de bisiklet kullanımının yaygınlaşması sağlanmalı ve her yaşta ya da cinsiyetten olan kişilerin bisikleti rahatça kullanabileceğinin algısı oluşturulmalıdır. Burada kamu kurumları ve ilgili özel kuruluşların bisiklet turistlerini motive etmeleri ve onları teşvik edecek çalışmalarda bulunmaları gerekmektedir. Bunlar gerçekleşirken bisiklet ile ilgili altyapı ve üstyapı olanakları iyileştirilmeli, bisiklet yolları arttırılmalı, bisiklet kurallarıyla birlikte yaptırımlar getirilerek bisikletli turistlerin hakları hem yolda hem de kanunda korunmalıdır. Türkiye’de en çok bisiklet kullanan il ‘Konya’, pilot il ‘Sakarya’, EuroVelo’da olan ilk şehir ‘İzmir’ ve en uzun bisiklet yolunun ‘Manisa’da olmasının yanı sıra az sayıda ilde bisiklet ile ilgili çalışmalar ve gelişmeler görülmektedir. Tüm illeri bisiklet ile ilgili harekete geçirecek stratejiler planlanıp uygulanmalı, modern bisiklet ağı tasarlanmalıdır. Ancak bunlar tamamlandığında bisiklet turizmi kavramı Türkiye’de gelişim gösterebilecektir. Bisiklet turizmi çerçevesinde bisiklet etkinlikleri Türkiye’de 2012 yılından itibaren daha profesyonel bir biçimde yapılmaktadır. Düzenlenen bu etkinliklere daha fazla katılımın gerçekleşmesi için deneyimli ve deneyimsiz bisiklet turistlerinin katılımlarını kolaylaştıracak imkânlar sunulmalıdır. Bisiklet etkinlikleri bir ve daha fazla günü kapsadığından kamp konaklamalı katılımcılara güven temin etmenin yanı sıra, onların istek ve beklentileri karşılanmalıdır. Yine düzenlenen etkinliklerde, planlı programlı rotalar hazırlanarak faaliyet zamanında katılımcılar mağdur edilmemelidir. Teknolojiden faydalanılarak etkinlik gerçekleşmeden önce festival rotaları konusunda katılımcılar bilgilendirilmelidir. Türkiye’de düzenlenen bisiklet festivallerine ‘Bisiklet Rotaları’ adında web sitesinden erişim sağlanmaktadır. Bunun yerine tüm festivallerin içerik ve kapsamını dâhil eden ve her türlü bisiklet festivallerine ilişkin bilgiyi barındıran bir site (Türkiye Bisiklet Federasyonu gibi) geliştirilmelidir. Bunlarla birlikte bisiklet dostu işletmelerin sayıca arttırılması ve desteklenmesi gerekmektedir. Bisiklet festivalleri düzenlenirken diğer festival tarihlerine dikkat edilerek hazırlanmalıdır. Festivallere daha fazla katılımın gerçekleşmesi için tanıtım faaliyetlerine festival tarihinden çok önce başlanmalıdır. Ulusal ve uluslararası ölçekte düzenlenen festivallerin marka haline gelebilmesi için logolarının olması faydalı

olabilecektir. Bisiklet festivalleri düzenlenen bölgede ikamet eden yerel halkın bisiklet turistlerine karşı bakış açılarının değişmesi için çeşitli eğitimler düzenlenmeli ve yerel halkın bu festivallere katılımları sağlanmalıdır. Festival zamanlarında bölgenin geleneksel ürünleri tanıtılmalı ve yerel halkın bunların satışını gerçekleştireceği pazar alanları açılmalıdır. Bisiklet etkinlikleri konusunda Türkiye'nin üst sıralarda yer alabilmesi için markalaşmaya gidilmelidir.

Bu araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak akademisyenlere Türkiye'de yapılan bisiklet etkinliklerini (tur / festival / yarış) kapsamlı şekilde araştırıp değerlendirmeleri önerisinde bulunulabilir. Türkiye'de düzenlenen bisiklet etkinliklerinin ayrı ayrı ekonomik değerinin tespit edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca Girdi-Çıktı Analizi ile festivallerin değerleri ortaya çıkarılabilir. Türkiye'de düzenlenen Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu verilerine (Katılımcı ve izleyici sayısı, günlük harcamalar, tur boyunca toplam harcamalar) ulaşılarak bu etkinliğin Türkiye'ye ekonomik anlamdaki faydaları araştırılabilir. Farklı kişilik özelliklerine sahip bisiklet turistleri için alternatifler üretilip, bu kişilerin harcamaları artırılabilir. Festivallerin gün sayısı artırılıp, turistlerin harcamalarında artış sağlanabilir. Festivallerin düzenlendiği alanlarda alternatifleri olan konaklama, yiyecek içecek gibi imkânların artırılması ile festival dışı geceleme gün sayısı artırılabilir. Aynı şekilde festival fiyatlandırmaları düşürülüp harcama yapılabilecek ürün çeşitliliği sağlanarak bisiklet turistlerinin daha fazla harcama yapması sağlanabilir. Her festival için düzenlendiği tarihte medyadan tanıtım desteği alınabilir (TRT'de bisiklet festivallerinin yayınlanması). Bisiklet festivallerinin düzenleyicileri sponsor desteği olarak daha kaliteli bir program ile markalaşmaya gidebilir. Bisiklet festivallerinde kadın katılımcı sayısını arttırmak için daha güvenilir, festivale özgü fiyatlandırma ile konaklama imkânları sağlanmalıdır. Bisiklet festival pazarlamacıları, festivale katılan bisiklet turistlerinin kimlerden oluştuğunu, hangi kişilik özelliğine sahip olduğunu, nasıl davrandıklarını ve festival sürecinde hangi ürün ve hizmeti satın alacağını analiz etmeli ve bir sonraki festivalde bunları dikkate alarak düzenleme yapmalıdır.

Bu alışmada “Bisiklet Festivalindeki Toplam Harcamanız Nedir?” şeklindeki açık uçlu soruda festival giriş ücretleri, konaklama, yiyecek- içecek, ulaşım ve diğer harcama kalemleri ayrı ayrı sorulmuş olup, bu harcamaların toplamı alınarak hesaplama yapılmıştır. Bu durum çalışmanın eksikliği olup, sonraki çalışmalarda harcama kalemleri ayrı girilerek, her harcama kalemi için ayrı t –testi yapılabilir. Böylece cinsiyetteki ve diğer unsurlardaki harcama farklılığının hangi kalemlerden kaynaklandığı görülebilecektir.

KAYNAKÇA

- Active Traveller Explore Your World. (2017). <http://www.active-traveller.com/top-tens/top-10-cycling-festivals-2017> (27 Ocak 2018).
- Adam, J. and Munro, S. (2009). Etape Caledonia Economic Impact Assessment 2009. Report for Perth and Kinross Council, EKOS Ltd., UK: Glasgow.
- ADFC, Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club. (2011). <http://www.adfc.de/touristiker/adfc-tourismusmarketing-guide/adfctourismusmarketing-guide> (30 Ocak 2018).
- Akpınar, E. ve Bulut, Y. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı Ve Uygulama Alanları. *III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi*, s.1575-1594.
- Akten M. ve S. Akten, (2011), Rekreasyon Potansiyellerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model Yaklaşımı: Gülez Yöntemi. *Ulusal Sarıgöl İlçesi Ve Değerleri Sempozyumu* 17-19.
- Akyurt, H. ve Atay, L. (2009). Destinasyonda imaj oluşturma süreci. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.1 (1). s.1-14.
- Annex, I. (2008). Literature search bicycle use and influencing factors in Europe. http://www.bypad.org/docs/Annex_I_literature_search_bicycle_use_and_influencing_factors.pdf (18 Ocak 2018).
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- ASO, Amaury Sport Organisation. (2011). <https://www.letour.fr/en> (28 Ocak 2018).
- Atak, O. (2009). Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri Ve Önemi: Antalya Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.
- Attanasi, G., Casoria, F., Centorrino, S. and Urso, G. (2013). Cultural investment, local development and instantaneous social capital: A case study of a gathering festival in the South of Italy. *The Journal of Socio-Economics*, 47, 228-247.
- Aydilek, B. ve Sarıçiçek, C. (2017). *Ortaöğretim Spor Lisesi Bireysel Sporlar Bisiklet Ders Kitabı*. Milli Eğitim Yayınları.
- Babacan, E. ve Göztaş, A. (2011). *Etkinlik yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme sürecinde: uluslararası turizm ve rekabet edilebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Ballantine, R. (2001). *Richard's 21st Century Bicycle Book*. Overlook, New York.
- BBC, British Broadcasting Corporation. (2015).
https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/05/150520_bisiklet_hollanda (17 Ocak 2018).
- Beierle, H. (2011). *Bicycle tourism as a rural economic development vehicle* (Doctoral dissertation, Department of Planning, Public Policy and Management, University of Oregon).
- Benet-Martinez, V. and John, O. P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of personality and social psychology*, 75(3), 729.
- Berridge, G. (2007). *Events design and experience*. Routledge.
- Bett Bike. (2012). <https://www.bettundbike.de> (20 Mart 2018).
- BFA, Bicycle Federation of Australia. (1999). *Infrastructural Support for Bicycle Tourism*, pp.1-21.
- Bicycle Touring Pro, (2018). <https://bicycletouringpro.com/tours> (26 Ocak 2018).
- Bike Tour Network. (2018). <http://biketournetwork.com> (27 Ocak 2018).
- Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik Ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdağ Festivali örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (2), 117-124.
- Bisiklet Derneği. (2018).
http://www.bisikletdernegi.com/default.aspx?_Args=_ProductInfo,78,OdesisMc
(26 Ocak 2018).
- Bisiklet Rotaları. (2017). <http://www.bisikletrotalari.com/bisiklet-festivalleri-2017> (27 Ocak 2018).
- Bisikletizm. (2018). <https://www.bisikletizm.com/bisiklet-festivali-nasil-yapilir> (14 Ocak 2018).
- Blamey, R. K. (1997). Ecotourism: The search for an operational definition. *Journal of sustainable tourism*, 5(2), 109-130.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
- BUP, Bisikletli Ulaşım Platformu. (2013). http://bisikletliulasim.com/?page_id=11 (26 Ocak 2018).

- Burger Jerry, M. (2006). Kişilik. (Çeviren: İnan Deniz, E. Sarıoğlu). (1.Baskı). İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Chalip, L., Green, B. C., and Hill, B. (2003). Effects of sport event media on destination image and intention to visit. *Journal of sport management*, 17(3), 214-234.
- Chang, H. W. and Chang, H. L. (2003). A strategic study of bicycle tourism in Taiwan. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 5(8), 1675-1685
- Cho, B. H. (2000). Destination. A: Jafari, J.(Ed.) Encyclopedia of Tourism.
- Citi Bike. (2018). <https://www.citibikenyc.com> (24 Ocak 2018).
- Clean Air Asia. (2018). http://cleanairasia.org/portal/system/files/articles-36868_ces3e_0.pdf (18 Ocak 2018).
- Cordes, K.A. ve İbrahim, H.M. (1996). *Applications in Recreation and Leisure: For Today and Future*. St. Louis. Missouri: Mosby-Year Book. Inc.
- Costa Jr, P. T. and McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and individual differences*, 13(6), 653-665.
- Costa Jr, P. T. and McCrae, R. R. (1995). Domains and facets: Hierarchical personality assessment using the Revised NEO Personality Inventory. *Journal of personality assessment*, 64(1), 21-50.
- Costa, P. and McCrae, R. (2000). Revised NEO personality inventory interpretive report. *PAR Psychological Assessment Resources*.
- Crompton, J. L. and McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of tourism research*, 24(2), 425-439.
- CSB, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2018). <http://www.csb.gov.tr> (19 Mayıs 2018).
- Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu. (2018). <http://www.tourofturkey.org.tr/tr> (28 Ocak 2018).
- Cycling Festival Europe. (2016). <https://www.cyclingfestivaleurope.eu/countries> (27 Ocak 2018).
- The Cycling Meeting. (2014). <http://cyclingmeeting.com/en> (19 Mayıs 2018).
- Çela, A., Knowles-Lankford, J. and Lankford, S. (2007). Local food festivals in Northeast Iowa communities: A visitor and economic impact study. *Managing Leisure*, 12(2-3), 171-186.

- Çelik Uğuz, S., İlban, M. O., Özbek, V. ve Özyazıcı, G. (2018). *Kültür, Spor, Turizm İçin Bisiklet Burhaniye Bisiklet Festivali*. Ankara: Detay Yayınları.
- Çınar, H. (2011). Eğitimde İnternet Kullanımı Ve İnternet Etiği: Büro Yönetimi Ve Sekreterlik Programı Öğrencileri Üzerinde Beş Faktör Kişilik Modeli İle Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (6).
- Çuhadar, I. E. K. Y., Çuhadar, M. ve Meydan, O. Ç. (2014). Dedegöl Dağcılık Şenliği Katılımcılarının Harcama Profili Ve Isparta Ekonomisine Katkılarına Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 207-221.
- Daily News. (2011). <http://www.nydailynews.com/life-style/health/straphangers-respiratory-diseases-colds-thanks-public-transit-article-1.152137#ixzz24sEcGD2O> (14 Ocak 2018).
- Dal, Ö. G. V. ve Eroğlu, A. H. (2015). Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algularının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 361-385.
- Daley, M. and Rissel, C. (2011). Perspectives and images of cycling as a barrier or facilitator of cycling. *Transport policy*, 18(1), 211-216.
- Deniz, A. ve Erciş, A. (2008). Kişilik Özellikleri İle Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2). s.301-330.
- Deutschland. (2017). <https://www.deutschland.de/tr/topic/yasam/spor-bos-zaman/bisiklet-ulkesi-almanya> (17 Ocak 2018).
- Dill, J. (2009). Bicycling for transportation and health: the role of infrastructure. *Journal of public health policy*, 30(1), S95-S110.
- ECF, Euroepan Cyclists Federation. (2010): Cycling facts and figures. <http://www.ecf.com> (10 Şubat 2018).
- EP, European Parliament. (2009). The European Cycle Route Network – Eurovelo. Study. DG for Internal Policies. Committee on Transport and Tourism. Brussels, p. 17–40.
- Eryiğit, S. (2012) *Sürdürülebilir Ulaşımın Sosyal Boyutunda Bisikletin Yeri*. Doktora Tezi. Konya Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Konya.
- Fullagar, S. and Pavlidis, A. (2012). “It's all about the journey”: women and cycling events. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(2), 149-170.

- Gaboriau, P. (2003). The Tour de France and cycling's Belle Epoque. *The International Journal of the History of Sport*, 20(2), 57-78.
- Gantar, A., Kocis, D. and Pehneck, M. (2012). How to develop cycle tourism?. *Project-Bicy. Eu*.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.
- Getz, D. and Getz, D. (1997). Event management and event tourism, Cognizant Communication Corporation, New York.
- Getz, D. and Page, S. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
- Getz, D., Anderson, D. and Sheehan, L. (1998). Roles, issues, and strategies for convention and visitors' bureaux in destination planning and product development: a survey of Canadian bureaux. *Tourism Management*, 19(4), 331-340.
- Gilley, B. J. (2014). Cycling Nostalgia: Authenticity, tourism and social critique in Tuscany. *Sport in History*, 34(2), 340-357.
- Goldblatt, J. (2000). A Future For Event Management: The Analysis Of Major Trends Impacting The Emerging Profession. *Events beyond 2000: Setting the agenda*, 2.
- Green, J. (1991). Cycle touring in the South Island: recent developments and future potential. *Unpublished Diploma in Tourism Dissertation, University of Otago. Dunedin, New Zealand*.
- Gursoy, D., Spangenberg, E. R. and Rutherford, D. G. (2006). The hedonic and utilitarian dimensions of attendees' attitudes toward festivals. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 279-294.
- Hendriksen, I. J., Simons, M., Garre, F. G. and Hildebrandt, V. H. (2010). The association between commuter cycling and sickness absence. *Preventive medicine*, 51(2), 132-135.
- Herlihy, D. V. (2004). *Bicycle: The History*. Yale University Press.
- Holloway, J.C. (1994) *The Business of Tourism*, 4th edn, London: Pitman.
- Ilıcalı, M. (2018). *Kent Ulaşımında Bisikletin Yeri*. Gebze: Türkiye Büyük Millet Meclisi. <http://www.skb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/04/Prof.-Dr.-Mustafa-ILICALI.pdf> (15 Nisan2018)
- ITE, Institute of Transportation Engineers. (1994) *Bicycling and walking*. Institute of Transportation Engineers. Washington.

- İçöz, O. (2007). *Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (4. baskı). İstanbul: Beta Yayın Dağıtım.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi. (2018). <http://www.izmir.bel.tr/tr/Haberler/30023/156> (26 Ocak 2018).
- Jackson, M. and Ruehr, E. (1998). Let the people be heard: San Diego County bicycle use and attitude survey. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, (1636), 8-12.
- Janiskee, R. L. (1995). The temporal distribution of America's community festivals. *Festival management and event tourism*, 3(3), 129-137.
- Karagöz, H. (2016). Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu. Konya: Konya Ticaret Odası. <http://www.kto.org.tr/d/file/cumhurbaskanligi-bisiklet-turu---hakan-karagoz.pdf> (20 Mart 2018).
- Kashian, R. and Kasper, J. (2010). The Economic Impact of the Nature Valley Bicycle Festival: A Pilot Study of the Stage 5 Menomonie, WI Road Race. *University of Wisconsin-Whitewater, Whitewater: University of Wisconsin-Whitewater*, 16.
- Kerr, T. (1992). Cycle Tourism in Christchurch. Christchurch City Council, Christchurch, New Zealand.
- Keskin, S. (2007). Destinasyon Odaklı Gelişim Açısından Turizm Planlaması İstanbul Örneği, Uzmanlık Tezi, Ankara: Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.
- Kırca, M. (2014) Destinasyon Ve Destinasyon İle İlgili Kavramlar. <http://mustafakirca.com/destinasyon-ve-destinasyon-ile-ilgili-kavramlar.html> (28 Ocak 2018).
- Kim, S. S. and Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38.
- Konya Büyükşehir Belediyesi. (2016). <http://www.konya.bel.tr/haberayrinti.php?haberID=4831> (26 Ocak 2018).
- Kozak, M. A. ve Bahçe, A. S. (2012). Özel ilgi turizmi (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kraus, R. (2001). Recreation and Leisure in Modern Society (6th ed.). Sudbury, MA: Jonesand Bartlett.

- Kraus, R. G. (1977). *Recreation Today. Program Planning and Recreation. Santa Monica, California: Goodyear Publishing Company.*
- Lamont, M. (2009). Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism. *Journal of Sport and Tourism, 14*(1), 5-23.
- Lamont, M. (2014a). Themed Issue: Cycling and tourism. *Tourism Review International, 18*(1/2), 1-113.
- Lamont, M. (2014b). Authentication in sports tourism. *Annals of Tourism Research, 45*, 1-17.
- Lamont, M. and Buultjens, J. (2011). Putting the brakes on: Impediments to the development of independent cycle tourism in Australia. *Current Issues in Tourism, 14*(1), 57-78.
- Lamont, M. J. (2009). Independent bicycle tourism in Australia: a whole tourism systems analysis. Southern Cross University, Lismore, NSW, p. 1-324.
- Lee, C. F. (2014). An investigation of factors determining cycling experience and frequency. *Tourism Geographies, 16*(5), 844-862.
- Lee, C. F., Chen, P. T. and Huang, H. I. (2014). Attributes of destination attractiveness in Taiwanese bicycle tourism: The perspective of active experienced bicycle tourists. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration, 15*(3), 275-297.
- Leiper, N. (1995). *Tourism management.* Melbourne: RMIT Press.
- Lounsbury, J. W. and Gibson, L. W. (2006). Personal Style Inventory: A personality measurement system for work and school settings. *Knoxville, TN: Resource Associates Inc.*
- Loveland, J. M. (2004). Cognitive ability, big five, and narrow personality traits in the prediction of academic performance. The University Of Tennessee, Phd Dissertation, Knoxville, UMI.
- Lu, D. (2010). Cycling tourism in China. Retrieved January, 1, 2016. http://www.dovenbike.com/Doven_CyclingInChina.pdf (23 Şubat 2018)
- Lumsdon, L. (1996). Cycle Tourism in Britain. Insights. March, p. 27-32. English Tourist Board.
- Lumsdon, L. (2000). Transport and tourism: cycle tourism – A model for sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism, 8*(5), 361-377.

- Madran, C. ve Akdoğan, T. (2010). Satıcıların Kişilikleri İle Performanslarının İlişkisi; Beş Faktör Modeline Göre Bir Analiz. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1).
- Manisa Büyükşehir Belediyesi. (2017). http://www.manisa.bel.tr/Haberler/14024_turkiyenin-41-kilometrelik-en-uzun-bisiklet-yolu.aspx (26 Ocak 2018).
- Medlik, S. (2012). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. Routledge.
- Milne, A. and Melin, M. (2014). Bicycling and walking in the United States: 2014 benchmarking report.
- Morgan CT. (1999). Psikolojiye Giriş. Arıcı H (Çev). Ankara: Meteksan Yayınları.
- Morpeth, N. (2001). The renaissance of cycle tourism. *Special interest tourism*, 212-218.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Neun, M. and Haubold, H. (2016). The EU Cycling Economy – Arguments for an integrated EU cycling policy. European Cyclists' Federation, Brussels.
- Nicholls, S. (2015). Michigan Bicycle Tourism Marketing, p.1-32. https://tourismpplan.anr.msu.edu/docs/Michigan_Bicycle_Tourism_Marketing_Plan.pdf (22 Şubat 2018)
- Nickerson, N. P., Jorgenson, J., Berry, M., Kwenye, J., Kozel, D. and Schutz, J. (2014). Bicycle Tourism: Providing Economic Development Opportunities for Montana. *Montana Business Quarterly*, 52(2), 3-7.
- Olalı, H. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İzmir: E:Ü. İşletme Fakültesi.
- Ordun, G. (2005). Kişilik Faktörleri Ve Satış Temsilcilerinin Performansı Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Çalışma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 16(51), 56-68.
- Özbek, V., Alnaçık, Ü., Fatih, K. O. Ç., Akkılıç, M. E. ve Kaş,E. (2014). Kişilik Özelliklerinin Teknoloji Kabulü Üzerindeki Doğrudan Ve Dolaylı Etkileri: Akıllı Telefon Teknolojileri Üzerine Bir Araştırma. *International Review of Economics and Management*, 2(1), 36-57.
- Özdemir, G. ve Çulha, O. (2009). Satisfaction and loyalty of festival visitors. *Anatolia*, 20(2), 359-373.
- Öztaş, Ç. Ç., Akı, M., Köse, P., İmamoğlu, T., Selvi, S., Yerli , G., . . . Uysal , S. (2014). İstanbul'da Güvenli Bisiklet Yolları Uygulama Kılavuzu. İstanbul: İstanbul

- Kalkınma Ajansı. [http://www.istka.org.tr/media/20860/İstanbul'da güvenli bisiklet yolları uygulama kılavuzu.pdf](http://www.istka.org.tr/media/20860/İstanbul'da_guvenli_bisiklet_yolları_uygulama_kılavuzu.pdf) (30 Ocak 2018)
- Palmer, C. (2010). 'We close towns for a living': Spatial transformation and the Tour de France. *Social and Cultural Geography*, 11(8), 865-881.
- Pratte, J. (2006). Bicycle tourism: on the trail to economic development. *Prairie Perspectives: Geographical Essays*, 9(1), 62-84.
- Prentice, R. and Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of tourism research*, 30(1), 7-30.
- Pucher, J. and Buehler, R. (2008). Making cycling irresistible: lessons from the Netherlands, Denmark and Germany. *Transport reviews*, 28(4), 495-528.
- Quebec, V. (2001). Bicycling in Quebec in 2000. *L'Etat*. <http://www.velo.qc.ca/documents/bicycling-quebec-2000.pdf> (22 Ocak 2018)
- Raj, R. (2004). The impact of cultural festivals on tourism. *Tourism Today*, 66-77.
- Rietveld, P. and Daniel, V. E. (2004). Determinants of bicycle use: do municipal policies matter? *Transportation Research. Part A: Policy and Practice*, 38, 531-550.
- Ritchie, B. W. (1998). Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues. *Tourism Management*, 19(6), 567-582.
- Ritchie, B. W. and Hall, C. M. (1999). Bicycle tourism and regional development: A New Zealand case study. *Anatolia*, 10(2), 89-112.
- Ritchie, B. W., Tkaczynski, A. and Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27(4), 409-425.
- Roy Morgan Research (2005). Holiday Tracking Survey, July 2004-June 2005 (Data provided to researchers by Tourism Australia).
- SB, Sağlık Bakanlığı. (2016). <https://www.saglik.gov.tr/TR,3224/saglik-bakanligi-fiziksel-aktiviteyi-tesvik-icin-300-bin-bisiklet-dagitiyor-21042016.html> (15 Kasım 2017).
- Sakarya Büyükşehir Belediyesi. (2017). <http://www.sakarya.bel.tr/tr/Haber/bisikletli-ulasimda-sakarya-pilot-il/12277> (26 Ocak 2018).
- Salvi, C., and Rodriguez, J. (2014). Cycling can create at least 76 600 jobs and save 10 000 lives every year in major European cities. Copenhagen, Geneva and Paris: World Health Organization. http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/247423/Cycling-can-create-

at-least-76-600-jobs-and-save-10-000-lives-every-year-in-major-European-cities-Eng.pdf. (10 Ocak 2018).

SATC, South Australian Tourism Commission. (2005). Cycle tourism strategy 2005–2009. In *17th Annual Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference, Manly, NSW, Australia*.

Seattle Bike. (2014). <https://www.seattlebikeblog.com/2015/01/12/study-recreation-cycling-in-washington-generates-3-1-billion-for-states-economy> (14 Ocak 2018).

Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi.

Sigurd, G. (2003). “Urban Transportation System (Chapter 3- Bicycles), McGraw-Hill Professional Books, U.K., 60-99.

Simonsen, P. and Jorgenson, B. (1998). Cycle tourism: an economic and environmental sustainable form of tourism. *Unit of Tourism Research, Research Centre of Bornholm*. https://crt.dk/media/34591/12_rapport_Cycling_tourism.pdf. (21 Mart 2018).

Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 21-36.

Southworth, M. and Ben-Joseph, E. (1997). *Streets and the Shaping of Cities and Towns*. McGraw-Hill, New York.

Sputnik Türkiye. (2017). <https://tr.sputniknews.com/avrupa/201710181030645458-bisiklet-abye-513-milyar-euro-kazandirdi> (20 Ocak 2018).

Sudak, M. K. ve Zehir, C. (2013). Kişilik Tipleri, Duygusal Zekâ, İş Tatmini İlişkisi Üzerine Yapılan Bir Araştırma/Types of Personality, Emotional Intelligence, With a Study on the Relationship Between Job Satisfaction. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 141-165.

Sustrans (1999). *Cycle Tourism, Information pack TT21*, Sustrans, Bristol, UK. <https://www.sustrans.org.uk>. (10 Şubat 2018).

Sustrans.(2003). *The National Cycle Network Route User Monitoring Report*. <https://www.sustrans.org.uk/searchresults?key=The+National+Cycle+Network+Route+User+Monitoring+Report.> (10 Şubat 2018).

Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world1. *European Journal for Sport and Society*, 10(2), 121-141.

- Tatlıhoğlu, K. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Kuramı'na Göre Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Tarih Okulu Dergisi*, 2014(XVII), 939-971.
- TBF, Türkiye Bisiklet Federasyonu. (2017). <http://bisiklet.gov.tr/federasyon-2/tarihce/federasyonumuzun-tarihi> (11 Ocak 2018).
- Terret, T. (2005). Tour de France (pp. 1616–1617). In D. Levinson and K. Cristensen (Eds.), *Berkshire Encyclopedia Of World Sport*. Great Barrington, MA: Berkshire.
- The CityFix Türkiye. (2014). <http://www.thecityfixturkiye.com/saglik-istihdam-ticaret-bisikletin-ulke-ekonomisine-katkilari> (14 Ocak 2018).
- Thompson, C. S. (2008). *The Tour de France: a cultural history*. Berkeley: University of California Press.
- TNYT. The New Young Turks. (2016). <http://t.thenewyoungturk.com/amerika/new-york-ve-amerikada-bisikletli-yasam> (21 Nisan 2018).
- Tobin, G. A. (1974). The bicycle boom of the 1890's: The development of private transportation and the birth of the modern tourist. *The Journal of Popular Culture*, 7(4), 838-849.
- Velespitim. (2018). <http://velespitim.com/bisikletin-ekonomik-potansiyeli> (24 Nisan 2018).
- Weigand, L. (2008). A review of literature: Intersection treatments to improve bicycle access and Safety. *Portland: Center for Transportation Studies, Portland State University*.
- Weston, R., Davies, N., Lumsdon, L., McGrath, P., Peeters, P., Eijgelaar, E. and Piket, P. (2012). The European cycle route network Eurovelo. *European Union.[En línea],[10 de agosto de 2014]*. <http://www.europarl.europa.eu/studies> (10 Mart 2018).
- WHO, World Health Organization. (2018). <http://www.euro.who.int/en/health-topics/environment-and-health/Transport-and-health/publications/2014/unlocking-new-opportunities-jobs-in-green-and-healthy-transport> (14 Ocak 2018).
- Wollongong. (2012). Gran Fondo Cycling and Multi Sport Festival. Avustralya: Ordinary Meeting of Council. <http://www.wollongong.nsw.gov.au/council/meetings/BusinessPapers/Gran%20Fondo%20Cycling%20and%20Multi%20Sport%20Festival.pdf> (07.Mart 2018).
- Wood, E. H. (2009). Evaluating event marketing: experience or outcome. *Journal of Promotion Management*, 15(1-2), 247-268.

- Wood, E. H. and Masterman, G. (2008, January). Event marketing: Measuring an experience. In *7th International Marketing Trends Congress, Venice*.
- Zağralı, E. (2014). *Destinasyon çekicilik unsuru olarak mutfak turizmi (İzmir Yarımadası örneği)* (Master's thesis).
- Zortuk, M. (2009). Cinsiyet Değişkeni Bağlamında Harcama Alt Grupları Ve Gelir İlişkisi: Dumlupınar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 25-31.
- Zovko, I. (2013). The value of cycle tourism: Opportunities for the Scottish economy. *Transform Scotland commissioned by Sustrans Scotland*. <http://transformscotland.org.uk/wp/wp-content/uploads/2014/12/The-Value-of-Cycle-Tourism-full-report.pdf> (01 Mart 2018).

EK - 1: ANKET FORMU

Bu anket formu, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi için yürütülen bir çalışmanın alan araştırması niteliğindedir. Anket formu 2 sayfadan oluşmaktadır ve soruların tamamının yanıtlanması ortalama 10 dakika sürmektedir. Sorulara vereceğiniz yanıtlarda doğru ya da yanlış şeklinde bir değerlendirme yapılmayacaktır. Araştırmacıların sizden beklentisi sorulara kendi düşünceleriniz doğrultusunda samimi yanıtlar vermenizdir. Vereceğiniz yanıtlar sadece bu araştırma için kullanılacak ve başka hiçbir kişi ya da kurumla paylaşılmayacaktır. Katılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Gülcan Özyazıcı
ozyazicigulcan@gmail.com

Doç.Dr İsmet Kaya
ikaya@balikesir.edu.tr

A. Aşağıdaki sorular size özel kişisel bilgileri içermektedir. Lütfen bu bilgileri eksiksiz doldurunuz.

1. Yaşınız:

2. Eğitim Düzeyiniz: İlköğretim Lise Üniversite ve üstü

3. Cinsiyetiniz : Kadın Erkek

4. Medeni Durumunuz: Evli Bekar

5. Aylık Hane Halkı Toplam Geliri :.....TL (Lütfen ailenin tüm gelirleri toplamını yazınız)

6. 2017 yılında kaç kez bisiklet festivaline katıldınız?

7. Katıldığınız Festivallerin isimlerini yazınız

8. Daha önce aynı festivale katıldınız mı? Evet Hayır

9. Son katıldığınız festivalde günlük/toplam harcamanız (Festival Giriş Ücreti, Yiyecek İçecek, Konaklama, Ulaşım, Hediyelik Eşya ve Diğer harcamalarınızı ayrı ayrı belirtiniz)

10. Festivale kaç kişi katıldınız?

11. Festivalde kaç gece kaldınız?

12. Katıldığınız en son festivale yönelik sorunlar nelerdir? (Tanıtım yetersizliği, Giriş ücretlerinin yüksek olması, Organizasyon eksikliği, İletişim yetersizliği vb. gibi karşılaştığınız sorunlarınızı yazınız.)

.....
.....
.....

Lütfen arka sayfaya geçiniz...

B. Aşağıda sizi tanımlayan bazı ifadeler yer almaktadır. Lütfen bu soruları samimiyetle ve eksiksiz olarak cevaplayınız.

Aşağıdaki yargılara katılma derecenize en uygun cevabı, sağ taraftaki ilgili kutucuğu işaretleyerek belirtiniz		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Yabancılar arasında fazla konuşmam.					
2	Geri planda olmayı tercih ederim.					
3	Sohbetleri hep ben başlatırım.					
4	Arkadaş toplantılarında çok sayıda farklı insanlarla sohbet ederim.					
5	Toplum içerisinde kendimi çok rahatsız hissederim.					
6	Çevremdeki insanlara zaman ayırırım.					
7	Başkalarının dertlerini ve sıkıntılarını paylaşıyorum.					
8	Başkalarının duygularını, sıkıntılarını anlarım.					
9	Yufka yürekli bir insanım.					
10	Çevremdeki insanlarla ilgilenirim					
11	İnsanlar benim yanımda kendilerini iyi hisseder.					
12	Çok dağınık bir insanım.					
13	Düzeni ve düzenli olmayı severim.					
14	Programlı çalışırım.					
15	Genellikle aldığım şeyleri yerine koymayı unuturum.					
16	Hemen her şeye üzülürüm.					
17	Olaylar beni derinden etkiler, çabuk yıkılırım.					
18	Ruh halimi çok şey etkiler.					
19	Çok çabuk telaşlanırım.					
20	Kolay strese girerim.					
21	Sık sık üzülürüm.					
22	Ruh hali çok sıkı değişen biriyim					
23	Kültürlü bir insanım.					
24	Zengin kelime daracığım var.					
25	Olayları anlayıp kavrama da hızlıyım.					
26	Zengin bir hayal gücüm var.					
27	Kusurları eksikleri görebilirim.					

**Anket burada sona ermiştir.
Yardımlarınız için çok teşekkür ederiz...**